

ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE

CURSUL:

ANALIZA DISCURSULUI PUBLIC

**Lect.univ.drd.
Silvia SĂVULESCU**

Cursul își propune nu numai prezentarea unor cunoștințe fundamentale, ci și să-i deprindă pe studenți cu reflecția, critica și analiza discursivă.

Analiza discursului reprezintă o direcție nouă în științele comunicării. Termenul discurs se referă mai mult la problematica vastă a unui câmp de cercetare decât la un anumit mod de înțelegere a limbajului și presupune relația acestuia cu parametri ai realității nonlingvistice. Din acest punct de vedere “discursul” este un domeniu al cercetării interdisciplinare (și nu doar al celei strict lingvistice). Cursul oferă un model integrator al organizării cunoștințelor fundamentale din acest domeniu transdisciplinar la configurarea căruia contribuie retorica, pragmatica, analiza conversației, sociologia, etnometodologia.

Structura cursului

PARTEA I

CAPITOLUL I. Cadrul teoretic al analizei discursului.

Capitolul II. Noțiuni fundamentale ale analizei discursului (limbă, vorbire, limbaj; act de limbaj, macroact de limbaj, cod de limbaj, competență, enunț, enunțare, text, opoziția scris-oral).

CAPITOLUL III. Tipologia discursului (discurs fondator și discursul prim, discursul raportat, discurs închis, discurs deschis, metadiscurs, intradiscurs și interdiscurs, discurs specializat). Legile discursului.

CAPITOLUL IV. Universul discursului (câmpul discursiv, practica discursivă și memoria discursivă); universul intern al discursului (preconstruct, implicit, presuposiție, subînțeles, implicatură, inferență).

CAPITOLUL V. “Actorii discursului” (subiectivitate și ethos; subiect vorbitor, locutor și emițător; cadru participativ, polifonie, rol și statut)

CAPITOLUL VI. Tipuri de acțiuni discursive (interacțiune verbală; schimb, conversație)

PARTEA a II-a DEZBATEREA (studiu de caz)

PARTEA a III-a DISCURSUL PUBLICITAR

PARTEA a IV-a DISCURSUL POLITIC

ANEXE

ANALIZA DISCURSULUI

INTRODUCERE

“Orice discurs este o construcție colectivă”

E.A. SCHEGLOFF

Modelul teoretic al analizei discursului pe care îl prezentăm încearcă să ofere o sinteză a numeroaselor studii și cercetări dintr-un domeniu nou și extrem de dinamic al științelor comunicării.

Realizarea unui model integrat al analizei discursului este dificilă, în special, datorită existenței fațetelor multiple ale domeniului, neunificării terminologice și lipsei compatibilității conceptuale.

Introducerea noastră în analiza discursului își propune următoarele obiective:

- prezentarea principalelor puncte de vedere asupra termenilor “discurs” și “analiza discursului”
- o expunere metodică a principalelor concepte ale analizei discursului;
- analiza unor tipuri de discurs public de interes pentru viitorii specialiști în comunicare: dezbateră și discursul publicitar (analiza discursului politic este inclusă în cursul de “Analiză a limbajului politic”)
- sugestii implicite pentru elaborarea discursului public.

CAPITOLUL I

CADRUL TEORETIC AL ANALIZEI DISCURSULUI¹

Definiții

1. Termenul discurs se referă mai mult la problematica vastă a unui câmp de cercetare decât la un anumit mod de înțelegere a limbajului. Deoarece termenul “discurs” presupune relația limbajului cu parametri ai realității nonlingvistice face ca “discursul” să fie un domeniu al cercetării interdisciplinare (și nu doar al celei strict lingvistice).

În acest caz, termenul “discurs” nu are plural, el desemnează un domeniu generic.

2. Discurs reprezintă un termen complex care poate fi definit ca *ansamblu de enunțuri ale unui emițător, care se referă la un subiect unic (topic, în terminologia anglo-saxonă).*

3. Dintr-o perspectivă pragmatică, discursul reprezintă "o enunțare ce presupune un locutor și un auditor, și intenția locutorului de a-l influența pe celălalt." (Benveniste).

4. Alte interpretări ale discursului vizează echivalența sa cu:

- a) textul (în cadrul căruia perspectiva comunicațională și cea tematică coincid în general, cum ar fi, de exemplu, în cazul comunicării scrise);
- b) un ansamblu de texte (conversație) care ilustrează o interacțiune între două sau mai multe discursuri centrate în jurul unei singure teme și alcătuite fiecare din mai multe texte (deoarece fiecare replică a schimbului conversațional constituie o unitate comunicațională, și deci un text, în sine).

Analiza conceptelor fundamentale este utilă pentru definirea termenului discurs prin delimitări față de acestea.

Astfel, termenul “discurs” intră într-o serie de opoziții în care ia valori semantice precise:

1. Opoziția discurs/frază

Fraza reprezintă un “enunț în structura căruia se cuprind cel puțin două propoziții”², având caracteristica autonomiei sintactice și de comunicare.

Discursul reprezintă o unitate lingvistică constituită dintr-o succesiune de fraze.

Observație. Din această perspectivă a definiției, studiul discursului va fi numit de Harris (1952) “analiza discursului”, în timp ce alți cercetători consideră mai potrivită sintagma “gramatica discursului”.

Acestei ramuri de cercetare a discursului și a obiectului său de studiu îi sunt atribuite astăzi conceptele **lingvistică textuală- text**.

2. Opoziția discurs/enunț

Dincolo de caracterul său de unitate lingvistică (adică “enunț”), discursul reprezintă o unitate de comunicare legată de condiții de generare strict determinate (cu alte cuvinte reprezentând un gen determinat de discurs; de exemplu, discursul mediatic, discursul romanesc, discursul publicitar, discursul știrilor etc.)

Din această perspectivă, discurs și enunț au sensuri diferite: termenul enunț acoperă sfera conceptuală a “textului ca structurare în cadrul “limbii”; în timp ce discurs va desemna “studiul lingvistic al condițiilor de producere a acestui text”.³

3. Opoziția discurs /limbă

Limba definită ca sistem de valori virtuale se opune discursului, adică folosirii limbii într-un context specific, care poate restrânge aceste valori sau, la fel de bine, poate genera noi valori. Această ultimă distincție este relevantă, în special, pentru domeniul lexicului. Astfel, neologia lexicală aparține domeniului discursului.

Pe de altă parte, limba definită ca sistem folosit de membrii unei comunități lingvistice se opune discursului, considerat ca folosire a unei secvențe a acestui sistem.

Această utilizare secvențială a sistemului se poate referi la aspecte diverse cum ar fi:

- plasarea într-un anumit câmp discursiv (discurs comunist, discurs ecologist, discurs suprarrealist, discurs postmodernist, discurs socialist⁴ etc.).

M. Foucault (1969:153) face următoarea precizare:”Se numește discurs un ansamblu de enunțuri care aparțin aceluiași mod de formare discursivă ”.

- apartenența la o tipologie discursivă (discurs jurnalistic/publicistic, discurs pedagogic, discurs romanesc, discurs administrativ, discurs juridic etc.);
- apartenența la o categorie specifică de locutori (discursul medicilor, discursul sociologilor, discursul mecanicilor etc.);
- privilegierea unei funcții a limbajului (discurs polemic, discurs prescriptiv, discurs injonctiv etc.).

4. Opoziția discurs/text.

Discursul este adesea privit ca un ansamblu format dintr-un text și contextul său .

Concluzii:

“Conceptul de discurs trimite deci la o entitate mai largă, aceea de formațiune discursivă activă în text, entitate care nu poate fi înțeleasă decât ținând cont de parametri de natură socială”.⁵

Discursul ar fi un “...sistem de operațiuni subiacente, aplicate conținutului și contextului, în cadrul unei formațiuni discursive determinate și conducând la un ansamblu organizat de unități lingvistice care constituie un text; la acest nivel, orientat cu necesitate spre exterior, vorbim despre discurs”⁶.

“Limbajul este în primul rând și înainte de toate o activitate discursivă, legată strâns de activitatea umană pentru care constituie în același timp reflexul și instrumentul principal.

În mod fundamental diverse, prin istoria lor, prin inserția lor socială și prin instrumentele pe care le folosesc, activitățile umane definesc și delimitează contexte diferite, la care se articulează discursuri sau texte.

Categoriile de contexte le corespund tipuri de texte (sau genuri de discurs), care se caracterizează printr-o organizare specifică de unități lingvistice.

Relațiile de interdependență dintre domeniul textual și domeniul contextual trebuie să fie analizate în termeni de operații de limbaj, acestea din urmă constituind – de drept – un subansamblu de operații psihologice construite de Umanitate ” J-P.Bronckart *et al.* (1985:8):

Activitatea de limbaj este “o superactivitate motivată de nevoile de comunicare-reprezentare și articulată la alte forme de activitate (non verbală) în care își au originea aceste motive.”⁷

Activitatea de limbaj se desfășoară în zone de cooperare socială determinate (“loc social”) și ia forma de acțiuni de limbaj, adică de ansambluri de conduite verbale orientate spre scopuri comunicative determinate/specifice.

Fiecare acțiune de limbaj se realizează sub forma unuia sau mai multor discursuri definite prin modul lor de ancorare socio-enunțativ⁸.

Astfel, aceeași acțiune definită prin scopul său poate să se traducă în formațiuni discursive diferite: ele constituie produsul socio-istoric-cultural al unui grup dar constituie și obiecte verbale concrete, adică texte.

După ce am trecut în revistă principalele valori semantice ale termenului discurs, vom încerca să propunem câteva definiții pentru disciplina ce are ca obiect de studiu discursul.

ANALIZA DISCURSULUI

Ca și termenul discurs, “**analiza discursului** ” cunoaște mai multe sensuri, nu întotdeauna precise sau delimitate clar.

1. Accepțiunea cea mai largă privește “analiza discursului drept “analiză a uzului limbii”⁹ (Brown și Yule 1983:1)

sau

“Studiul uzajului real al limbajului de către locutori reali în situații reale” (Van Dijk 1985: t.IV, cap.2).

2. Dintr-o perspectivă larg împărtășită în spațiul anglo-saxon, analiza discursului este echivalentă cu analiza conversațională, iar discursul este considerat ca activitate interacțională prin excelență.

Aceste definiții vagi fac dificilă precizarea trăsăturilor prin care analiza discursului se deosebește de alte discipline care au ca obiect de studiu discursul.

3. Analiza discursului privită ca ” ...disciplina care, în loc să procedeze la o analiză lingvistică a textului sau la o analiză sociologică ori psihologică a “contextului” său, vizează articularea enunțării sale (a textului, n.n.) la un anumit loc social” încearcă să rezolve problematica genurilor discursului, fie că este vorba de apartenența acestora la anumite câmpuri discursive (politic, științific etc.), fie de relația funcțională în spațiul social (instituții, organizații etc.).¹⁰

Acest tip de analiză armonizează perspectivele mai multor discipline încercând să ofere o imagine integratoare asupra discursului. Această imagine se formează dintr-un ansamblu de

fațete care corespund punctelor de vedere specifice fiecărei discipline fără însă a se identifica cu acestea.

În funcție de perspectiva adoptată se poate aprecia caracterul multi-, inter-, și, mai ales transdisciplinar al analizei discursului.

Astfel analiza discursului integrează fațete diverse, de la retorică (argumentare, figuri etc.) la analiza conversațională (dialog, strategii etc.), de la sociolingvistică (diversități și comunități lingvistice) la psiholingvistică (utilizarea codului lingvistic).

Orice disciplină, pentru a-și susține statutul legitim, trebuie să-și afirme identitatea, trăsăturile care o disting de alte discipline. Circumscrierea delimitării în triada obiect de studiu-metode de studiu- terminologie specifică este completată de probleme legate de filiație și de ceea ce se poate numi opțiune strategică sau (căutarea unui) ideal¹¹.

Se poate considera că analiza discursului, așa cum se prezintă ea astăzi, a fost pregătită de trei tendințe importante ale anilor 60:

- lingvistica textuală
- etnografia comunicării
- școala franceză de analiză a discursului.

Idealul analizei discursului poate fi rezumat la:

- studierea producției verbale în ansamblul ei,
- analiza tuturor enunțurilor în situații de comunicare specifice (spre deosebire de studiul limbii în afara contextului).

Acceptând că discursul reprezintă o unitate transfrastică, orientată, (inter)activă. atunci corpusul pe care se face analiza discursului este o noțiune deschisă care poate îngloba unități diverse de la conversații amicale până la tratate științifice, inclusiv lucrări de analiză a analizei discursului.

În fața dificultății imense de delimitare cantitativă a acestui câmp de investigație se pune în primul rând problema definirii conceptului analiză de discurs.

Cercetătorii au propus mai multe formule metalingvistice, care ar putea fi circumscrie tipologiei următoare:

1. Definiții explicite extrem de cuprinzătoare, vagi, Dijk (1985):

“studiul enunțurilor efective în situații efective”.

2. Definiții exclusive, cum ar fi cele date de școala americană pentru care discursul este în relație de sinonimie cu interacțiunea orală (ceea ce conduce inevitabil la echivalarea analizei discursului cu analiza conversațională)¹².

3. Discursul este un obiect de studiu pe care și-l dispută un ansamblu de discipline cu identitate puternică, precum analiza conversațională, sociolingvistica, retorica argumentativă, analiza lingvistică etc. Aceste discipline constituie fațete de abordare specifică a discursului.

4. Refuzul definiției poate reprezenta o reacție de apărare la imposibilitatea circumscrierii noțiunii a imensității și diversității faptelor de analizat.

Refuzul unei definiții poate fi suplinat însă și de o explicație: analiza discursului este suma tuturor practicilor analitice care prezintă interes într-un anumit spațiu și la un anumit moment.¹³

D. Maingueneau (1996) propune următoarea definiție: **“analiza discursului reprezintă analiza articulării textului și a locului social în care acesta se produce.”**

Textul reprezintă obiectul de studiu al lingvisticii textuale; în timp ce discipline ca sociologia sau etnologia studiază locul social.

Analiza discursului se va situa deci într-o poziție transdisciplinară în care va încerca să armonizeze diverse perspective.

Textul și locul social sunt precum părțile recto și verso ale unei foi de hârtie: discursul va reprezenta deci un text, un loc social și un mod de enunțare care le articulează¹⁴. Această definiție se opune definiției analizei discursului în cadrul sociolingvisticii care se interesează, în primul rând, de varietatea lingvistică prezentă în cadrul unei societăți.

Definiția este diferită și de perspectiva analizei conversaționale care studiază modul de cooperare și regulile de conversație determinate de norme culturale chiar în interiorul aceleiași limbi¹⁵.

Sociolingvistica și analiza conversațională au privilegiat anumite accente antropologice și psihologice pentru a sublinia astfel faptul că discursul nu poate fi redus la statutul de obiect de studiu în proprietatea exclusivă a unei discipline.

Analiza discursului este studiul acestui “de ce”; limbajul este utilizat “într-un anumit mod”, într-o anumită situație de comunicare. Genul de discurs va depinde deci de instituția discursivă, iar dimensiunea instituțională a “vorbirii” va defini scopul său.

Concluzii:

Analiza discursului nu reprezintă o disciplină omogenă.

Privind discursul, analiza discursului este ea însăși un discurs prin definiție, determinată de parametri spațiali și temporali. Acești parametri explică diversitatea curentelor care traversează câmpul de cunoaștere a discursului. În acest vast câmp problematic se intersectează tradiții culturale și științifice diferite: tradiția europeană marcată de tendințe puternic raționaliste și cea americană mai empirică și mozaică.

ANALIZA DISCURSULUI – DOMENIU MULTI- ȘI INTERDISCIPLINAR

Analiza discursului este o intersecție a disciplinelor umaniste: psihanaliză, antropologie, sociologie, istorie, psihologie socială și cognitivă etc. Aceste discipline își produc propriul discurs, ele au simultan o funcție critică și auxiliară în analiza discursului.

Se remarcă, de asemenea, manifestarea unor tendințe clare care atestă:

- preferințe, materializate în existența unor școli specializate, pentru studierea anumitor corpusuri, cum ar fi discursul politic, discursul mass media etc. Acest fenomen nu este fără consecințe: studierea aceluiași corpus imprimă tendința spre dezechilibru: discursul publicitar este mult mai atractiv decât cel filozofic (din perspectiva vizibilității instituționale și a mobilizării resurselor materiale și umane).
- formularea explicită a unor aplicații care pot fi extrem de diverse, de la creația publicitară la rezolvarea unor patologii (surzenia) sau la discursul feminist. Se remarcă, de asemenea, dezvoltarea unei analize critice a discursului (eng. Critical Discourse Analysis), cum ar fi, de ex., discursul antirasist, antisexist etc.
- revendicarea instituțională din partea sociologilor, psihologilor etc. care face să apese asupra textului o amenințare de dizolvare pe seama științelor limbajului. Astfel analiza de conținut și analiza discursului au scopuri diferite:

- analiza de conținut (practicată de sociologi pentru care discursul este înainte de toate o sursă de informație iar din orice text trebuie extrase informații)
- analiza discursului își propune să înțeleagă funcționarea discursului, ca instituție discursivă

Pe de altă parte, nici disciplinele limbajului, lingvistica enunțării, analiza discursului etc. nu sunt scutite de rivalitate în ceea ce privește afirmarea importanței în cadrul studiului analizei discursului.

ȘCOALA FRANCEZĂ DE ANALIZĂ A DISCURSULUI

O importanță deosebită în promovarea studiilor despre analiza discursului o are **Școala franceză** ale cărei caracteristici ar putea fi sintetizate astfel:

- Școala franceză¹⁶ apare în anii '60 și se caracterizează printr-un discurs critic¹⁷. Astfel, afirmația potrivit căreia "ideologia și inconștientul locuiesc incognito în limbaj și că trebuie să fie înlăturate (de acolo,n.n.)" era un reflex al alienării într-o epocă dominată de ideologia burgheză.

Maniera de abordare a Școlii franceze se poate caracteriza prin:

1. Un interes mai mare pentru discursurile marcate de "constrângeri" din partea unor norme, față de interacțiunile orale spontane.

Acest interes pentru "rutine" cum ar fi, de ex., cursul universitar, jurnalul tv etc. reprezintă fixarea ca obiect de studiu a unui corpus de discursuri care au în comun realizarea după modele. Aceste modele¹⁸ se caracterizează printr-un grad mare de stabilitate și se supun unor constrângeri puternice chiar dacă au o dinamică proprie, o tendință spre schimbare, spre evoluție etc.¹⁹

2. Insistența pe materialitatea lingvistică

Analiza discursului nu poate să nu se sprijine pe lingvistică. Dacă analiza discursului se interesează de funcționarea unui semn o face mai ales pentru a căuta o legătură cu substanța sa lingvistică.²⁰

3. Interesul pentru teoriile de enunțare lingvistică.

Teoriile care privesc enunțarea lingvistică reprezintă un curent pragmatic, dar o pragmatică mai puțin fondată pe teoriile lingvistice. De fapt, este vorba despre trecerea de la analiza lingvistică la folosirea propriu-zisă a limbii²¹.

4. Introducerea unor termeni-martor în analiză, cum ar fi **arhiva**:

- a) termen-martor al concepției lui M. Foucault (1969: 171) care desemnează prin arhivă un tip de "analiză arheologică" al cărei domeniu de interes s-ar plasa "între limbă, care definește sistemul de construcție al frazelor posibile și corpus, care primește pasiv vorbele pronunțate". Astfel, "arhiva" definește un nivel particular: cel al unei practici care face să apară o multitudine de enunțuri ca tot atâtea evenimente regulate, ca tot atâtea lucruri oferite prelucrării și manipulării".
- b) Pentru Pêcheux (1975) termenul marchează opoziția dintre corpusurile experimentale (care sunt produse de locutori în situații experimentale, de test) și corpusul de arhivă (care cuprinde enunțurile păstrate, cele care fac obiectul analizei istoricilor).

c) Pentru D.Maingueneau (1975)²² arhivă este termenul care poate înlocui sintagma “formațiune discursivă”. Această înlocuire ar avea ca obiectiv:

-a delimita tipurile de corpusuri, adică enunțuri aparținând unei aceleiași poziționări socio-istorice;

- a sublinia prin etimologie²³ că aceste corpusuri sunt inseparabile de o memorie și de instituțiile care le conferă autoritate în același timp afirmându-și legitimitatea prin ele.

Tendința franceză în analiza discursului nu este legată de un spațiu geografic delimitat - Franța; ea este un mozaic, un conglomerat și reprezintă nu o doctrină, ci, mai ales, un anume “aer de familie”²⁴ specific cercetărilor.

Cele mai importante direcții de cercetare care se intersectează în cadrul analizei discursului vor fi prezentate dintr-o perspectivă tipologică și istorică.

RETORICA

Retorica rediviva ocupă un loc central în studiul procesului de comunicare.

Retorica generală se va axa pe studiul discursivității în contexte și situații diverse: “De la prietenie la dragoste, de la politică la economie, relațiile se fac și se desfășoară prin exces sau lipsa retoricii”²⁵.

Unii autori²⁶ consideră performanța în activitatea discursivă ca:

- 1) intenționalitate, direcționare spre act;
- 2) analiză a mecanismelor performanței cognitive pentru optimizarea comunicării²⁷.

Performanța în activitatea discursivă ar presupune deci, intersectarea, integrarea într-un ansamblu echilibrat al fațetelor următoare:

- retorică argumentativă
- retorică metafizică²⁸: “influențarea interlocutorului se realizează prin intermediul fascinației ideii...”
- retorică textualistă: “modalitatea construcției discursive”
- retorică poetică cu accent pe studiul mijloacelor stilistice
- retorica aplicată la diferite domenii ale cunoașterii umane (filozofie, politică, educație, religie, ecologie, justiție etc.)
- retorici speciale pe genuri discursive: retorica discursului politic, retorica propagandei, retorica demagogică etc

Analiza discursului se va sprijini, de asemenea, pe disciplina al cărei obiect de studiu îl constituie limba, privită nu ca ansamblu de semne, ci ca (inter)acțiune comunicativă – pragmatică.

PRAGMATICA

Pragmatica este o lingvistică a uzului și reprezintă un termen cu multiple sensuri interdisciplinare.

1. Pragmatica se referă la o parte componentă a limbii, alături de componenta semantică și de componenta sintactică. Această componentă pragmatică aparține schemei tripartite propuse de

filozoful american Ch. Morris²⁹ în 1938, care distingea trei domenii în înțelegerea oricărui limbaj, formal sau natural:

- sintaxa care privește relațiile semnelor cu alte semne;
- semantica care se referă la relațiile semnelor cu realitatea;
- pragmatica care se interesează de relațiile semnelor cu utilizatorii acestora, de folosirea lor și de efectele produse.

În această accepțiune restrânsă, pragmatica desemnează disciplina sau disciplinele care se ocupă cu studiul componentei pragmatice a limbajului.³⁰

2. Pragmatica este specifică și unei anumite concepții asupra limbajului, și, mai general, asupra comunicării, care se opune celei structuraliste. În această calitate, pragmatica se regăsește în ansamblul științelor umane; ea desemnează mai puțin o teorie particulară cât o intersecție a diverselor curente care își împart un anumit număr de idei-forță. Acestea ar fi:

- Semiotica lui C.S. Peirce;
- Teoria actelor de vorbire, inițiată de filozoful englez Austin, dezvoltată de J.R. Searle pe dimensiunea “ilocuționară” a limbajului, asupra a ceea ce se face prin vorbire;
- Studiul inferențelor pe care le realizează participanții la o interacțiune verbală (Grice 1979), Sperber și Wilson (1989);
- Studiile asupra enunțării lingvistice, care s-au dezvoltat în Europa prin contribuțiile lui Bally, Jakobson, Benveniste, Culioli ș.a.
- Studiile asupra argumentării;
- Cercetările asupra interacțiunii verbale;
- Anumite teorii asupra comunicării, cum ar fi cele ale Școlii de la Palo Alto etc.

Concluzii:

Aceste concepții asupra limbajului subordonate pragmaticii încearcă, într-un anume sens, să înlocuiască retorica tradițională și să rafineze anumite direcții ale acesteia cum ar fi:

- evidențierea caracterului activ al limbajului, a reflexivității sale fundamentale (faptul că acesta se referă la lume arătându-și propria activitate enunțiativă);
- punerea în prim plan a forței semnelor, a caracterului interactiv al limbajului, raportul său continuu cu un cadru care permite interpretarea enunțurilor;
- dimensiunea normată a limbajului (activitatea de vorbire este dirijată de o structură de adâncime de drepturi și obligații)

ANALIZA CONVERSAȚIONALĂ³¹

Motto:

“Am observat puține subiecte atât de la îndemâna oricui, care să fie atât de rar, sau, cel puțin, atât de superficial analizate cum este conversația; și, într-adevăr, cunosc puține subiecte care să fie atât de dificil de tratat cum ar trebui, sau asupra cărora să fie atâtea de spus.”

Conversația reprezintă un prototip al interacțiunii verbale ale cărei forme sunt foarte diferite în funcție de loc, timp, parteneri sau scop. De unde și polisemia termenului “conversație”.

Conversația prin caracterul său imediat, familiar face dificilă abordarea sa științifică de la distanță, în condiții de laborator.

Conversația devine obiect de studiu³² în anii '60 în SUA printr-o abordare descriptivă din perspectivă etno-sociologică³³.

J.J.Gumperz consideră că "a vorbi înseamnă a inter-acționa"; ne aflăm întodeauna în fața unui număr de participanți legați într-o rețea³⁴ de influențe reciproce; în conversație îi schimbi pe alții și te schimbi pe tine însuși sub acțiunea celorlalți. Această abordare se opune concepției "monologale" a comunicării și celei a analizei discursului³⁵, deosebindu-se în același timp de lingvistica enunțării³⁶, de teoria actelor de limbaj³⁷.

Evidențierea **relației de determinare reciprocă** în care se unesc fazele de emiterie și receptare. Abordarea interacțională se opune viziunii unilaterale sau lineare a comunicării având ca izvor de inspirație comunicarea telegrafică. Ea dă prioritate **studiului formelor dialogale ale producției discursive**.

Competența comunicativă, concept elaborat de D. H. Hymes, vede codul lingvistic drept un ansamblu de virtualități atât de "decorporalizate" încât nu prind viață decât în interacțiune. Resursele comunicative nu se reduc la un corpus lingvistic; ele cuprind:

unități verbale și nonverbale, gestionarea și construirea conversației (rândul la cuvânt, reluări, punctări, deschidere, închidere, marcatori, modalizatori etc.) și, ceea ce este cel mai important, realizarea unor relații interpersonale.

Dimensiunea relațională este esențială în analiza conversației, după cum o dovedește și importanța politetii. Concepția informațională asupra conversației este restrictivă conversația este un loc unde se construiesc atât relațiile interpersonale, cât și identitatea socială, care modelează conflictele și consensul, egalitatea sau ierarhiile etc.

Analiza conversațională reprezintă un domeniu de mare interes pentru analiza discursului.

Domeniul de studiu al analizei conversaționale depășește adesea conversația în sens strict.

Unii cercetători³⁸ consideră că ar fi mai potrivit să se vorbească despre analiza interacțiunilor verbale.

Cele două direcții principale de cercetare ale analizei conversaționale sunt:

1. Studiul relațiilor dintre constituenții lingvistici ai interacțiunii care se află la diferite niveluri într-o organizare ierarhică³⁹:

- unități elementare: acte de limbaj
- intervenție
- schimb
- ansamblul interacțiunilor.

2. Studiul relațiilor care se stabilesc între participanți în cursul interacțiunii (incluzând aspecte ca agresivitatea, gradul de intimitate etc.). Problemele de interes sunt cele care țin de înscrierea la cuvânt, problematica imaginii /eng. *face* colocutorilor etc.

În sens larg, analiza conversațională studiază interacțiunile comunicaționale la nivel verbal, paraverbal și chiar non verbal⁴⁰.

Studiu prin excelență multi- și interdisciplinar, analiza conversațională încearcă o sinteză între:

- lingvistică
- sociologie (etnometodologia⁴¹ – Garfinkel 1967)

- abordări preponderent psihologice (Școala de la Palo Alto- Watzlawick ⁴² 1972).

ȘCOALA DE LA PALO ALTO⁴³

Este reprezentată de grupul de cercetători⁴⁴ care în anii 1950-1960 au dezvoltat în SUA “pragmatica (în domeniul) comunicării umane” și au influențat semnificativ evoluția analizei discursului.

Prin analiza unor paradoxuri care însoțesc comunicarea, studiul lor s-a concentrat pe “cum indivizii pot să ajungă să întrețină raporturi delirante, precum și diferitele viziuni asupra lumii care rezultă din acestea” (Watzlawick 1978:7).⁴⁵ Pe lângă Bateson, Watzlawick și Jackson, “noua comunicare” include cercetători ca Goffman sau Birdwhistell (interesat în special de studiul gestualității-kines/tică) și Hall (preocupat de proxemică – studiul percepției și al folosirii spațiului de către om).

Watzlawick introduce noțiunea de “noua comunicare” care schimbă perspectiva clasică asupra comunicării. Comunicarea nu mai este o alternanță de emiter-recepție ci: “un sistem cu multiple canale la care actorul social participă în fiecare secundă, fie că vrea, fie că nu; prin gesturile sale, prin privirea sa, prin tăcerea sa, și chiar și prin absența sa...În calitatea sa de membru al unei anumite culturi, el face parte din comunicare, așa cum muzicianul face parte din orchestră. Dar în această mare orchestră culturală, nu este nici dirijor, nici partitură. Fiecare cântă “acordându-se” cu celălalt ”.⁴⁶

ETNOGRAFIA COMUNICĂRII

Reprezintă un curent⁴⁷ apărut în cadrul cercetării antropologice americane, care a avut o mare influență asupra analizei discursului.

Etnografia comunicării a pus accent pe eterogenitatea comunităților lingvistice, pe diversitatea extremă a codurilor care modelează identitatea partenerilor în interacțiunile verbale.

Gumperz și Hymes (1964)⁴⁸ abandonează calea tradițională de studiere a structurii limbii și își îndreaptă cercetările spre observarea și descrierea cu precizie a mulțimii de “evenimente de comunicare” surprinse în contextul lor natural.

“Vorbirea” este considerată un sistem cultural, o activitate determinată de norme implicite în cadrul căreia nu se pot separa de o manieră netă socialul și verbalul.

Hymes⁴⁹ (1972) a propus un model practic numit “*speaking*” în cadrul căruia să se studieze funcțiile limbajului în acte concrete de comunicare la nivelul componentelor: participanți, scopuri, norme etc.

Chiar dacă nu și-a atins idealul de realizare a unei comparații sistematice a funcționării vorbirii în cadrul unei diversități de comunități, marele merit al etnografiei comunicării a fost orientarea spre aplicații în domeniul pedagogiei și, mai ales, al comunicării interetnice.

ETNOMETODOLOGIA

Acest curent sociologic a avut o contribuție importantă la dezvoltarea analizei conversaționale⁵⁰. Etnometodologia a apărut în SUA ca direcție de cercetare care are ca obiect implicitul social (dobândit) (Garfinkel 1967)⁵¹.

Scopul cercetării îl constituie metodele care permit actorilor sociali să stăpânească actele de comunicare în viața de zi cu zi.

Etnometodologia se bazează pe “interacționismul simbolic” (Universitatea din Chicago, 1920-1930) al cărui reprezentant strălucit a fost G.H. Mead⁵².

În perspectiva lui Mead (1963)⁵³ schimburile verbale cu celălalt sunt locul unde se formează simultan subiectul și ordinea socială. Concepțiile comune ale societății nu trebuie considerate ca idei false ci trebuie tratate ca moduri de organizare a experienței sociale, drept cunoștințe. Pentru a înțelege comportamentele actorilor sociali și reprezentările lor despre lume trebuie ca perspectiva să-i plaseze în interiorul situațiilor în care sunt angajați și să ia în calcul proiectele lor de făurire a universului cotidian.

Și cercetările lui Goffman au contribuit la dezvoltarea etnometodologiei. Concepția sa se bazează pe faptul că partenerii unei interacțiuni verbale sunt prinși într-un fel de dramaturgie, că viața de zi cu zi este o permanentă punere în scenă aflată într-un echilibru determinat de raporturile între forțe instabile.

Modelul⁵⁴ este structurat astfel:

- fiecare individ este preocupat în mod constant să-și definească identitatea astfel încât să se facă recunoscut ca membru legitim al societății;
- normele care determină comportamentele sunt încontinuu reactualizate de către chiar aceste comportamente, astfel încât asistăm la o reconstrucție interactivă neîntreruptă a ordinii sociale.

LEXICOMETRIA⁵⁵

Disciplină auxiliară a analizei discursului⁵⁶ lexicometria își propune să caracterizeze o formațiune discursivă prin raportare la alte formațiuni discursive care aparțin aceluiași câmp discursiv prin realizarea unei rețele⁵⁷ cuantificabile (informatizate) de relații semnificative între unitățile sale.

Abordarea este comparativă iar rezultatul calculului este destinat să facă obiectul unei interpretări⁵⁸ care plasează ideologic locutorii unui enunț.

Acest tip de cercetare⁵⁹ a fost sistematizat pentru spațiul francez de Laboratorul de lexicologie politică de la Școala Normală Superioară de la Saint-Cloud, devenită mai târziu echipa "Lexicometrie și texte politice", care, după 1960, a dezvoltat programe (software) complexe: pe lângă tradiționala statistică lexicală "în afara contextului" se studiază cuvintele în contexte, prin intermediul co-ocurențelor unui termen ales ca reper, ceea ce conduce la un studiu al frazeologiei⁶⁰. Frazeologia reprezintă un termen-umbrelă sub care se plasează un ansamblu vast de combinații mai mult sau mai puțin fixe. Principala caracteristică a acestor unități⁶¹ este tendința de pierdere a independenței lexicale, și, ca o consecință, capacitatea lor de a fi memorizate în bloc⁶².

Aceste combinații pot fi:

1) integrate în limbă: proverbe, sintagme⁶³: *putere de cumpărare, linie de apărare, mașină de spălat etc.*

2) specifice unui individ, unui tip de discurs, unei formațiuni discursive (*revoluție națională, luptă de clasă etc.*)

Acest fenomen este accentuat în mod special de mass media: *atentat la drepturile omului, a aduce o lovitură dură procesului de pace în...*

Lexicometria este pregătită să repereze unitățile frazeologice, adică acele "segmente repetate", asocierile de cuvinte cele mai frecvente într-o formațiune discursivă⁶⁴. Fixarea/înghețarea permite dezghețarea care "își propune să facă să țâșnească, parțial sau integral, sensul de origine al elementelor"⁶⁵.

Lexicometria se poate sprijini și pe analizatori sintactici pentru a pune în evidență relațiile dintre vocabular, sintaxă și enunțare.

METODA TERMENILOR-CHEIE⁶⁶

Metodă de analiză a corpusului, impusă de lucrările Școlii franceze de analiză a discursului, s-a inspirat din cercetările lingvistului american Harris (1952)⁶⁷.

Metoda constă în a selecționa *a priori* câteva cuvinte-cheie, considerate a fi reprezentative pentru o formațiune discursivă, iar apoi a construi un corpus cu toate unitățile lingvistice în care apar aceste cuvinte.

Metoda se bazează pe o serie de procedee destinate reducerii diversității sintactice⁶⁸.

Confruntarea termenilor-cheie cu vecinătățile se face comparativ, de ex., se studiază aceleași cuvinte în discursuri de același tip⁶⁹.

Această metodă se bazează pe postulatul potrivit căruia cuvintele își schimbă valoarea în funcție de formațiunile discursive în care apar și că se poate condensa ideologia unei formațiuni discursive în enunțurile (= fraze de bază) în care se află termenii-cheie.

Această metodă, deși utilă, este adesea criticată deoarece subestimează dimensiunea intrinsecă de natură textuală și enunțiativă a discursivității și reduce sensul la conținuturi doctrinale. De altfel, termenii-cheie sunt selectați în funcție de o cunoaștere care este exterioară discursului, ceea ce pune problema unei circularități imposibil de evitat⁷⁰.

CAPITOLUL II

NOȚIUNI FUNDAMENTALE ÎN ANALIZA DISCURSULUI

În acest capitol ne propunem o expunere metodică a noțiunilor fundamentale pentru analiza discursului. Acestea vor viza limba și trăsăturile caracteristice ale ansamblului text-discurs.

În primul rând vom face o prezentare a principalelor probleme ce țin de importanța limbii în cadrul discursului.

A. LIMBĂ, VORBIRE, LIMBAJ; ACT DE LIMBAJ; MACROACT DE LIMBAJ; COD DE LIMBAJ; COMPETENȚĂ

Dintre numeroasele sensuri ale termenului **“limbă”** ne interesează cel ce desemnează un **ansamblu de sisteme legate unele de altele; aceste sisteme sunt formate din unități cum ar fi sunetele, fonemele, morfemele, lexemele, cuvintele.**

Limba intervine ca “mediator între două zone amorfe: pe de o parte, expresia sonoră și, pe de altă parte, conținutul noțional. De aceea, limba este considerată o formă și nu o substanță, o convenție adoptată de o comunitate umană în care funcționează ca sistem de semne și ca instituție socială⁷¹”. Limba reprezintă nivelul istoric al limbajului (E. Coșeriu).

Din această perspectivă, **limbajul reprezintă “instituția limbii, ca instituție socială comună tuturor subiecților care o vorbesc, și a discursului, ca realizare individuală a vorbirii în texte sau mesaje concrete.”⁷²**

Spre deosebire de limbă, **vorbirea are un caracter individual și variabil, iar pentru unii lingviști (Saussure) vorbirea este echivalentă cu discursul.**

Aptitudinea pe care o au locutorii unei limbi de a produce și înțelege un număr nelimitat de fraze diferite se numește **competență** (Chomski⁷³). Acestei **competențe gramaticale** i se adaugă o **competență pragmatică** axată pe regulile ce permit unui subiect să interpreteze un enunț prin raportare la un context particular. Acestei competențe pragmatice i se subordonează legile discursului.

Etnografia comunicării a introdus noțiunea de **competență a comunicării** sau **competență comunicativă**: pentru a putea vorbi trebuie de asemenea să știi să folosești limba într-o manieră adecvată într-un mare număr de situații diferite (Hymes 1962).

Se apreciază că această **competență comunicativă** are un caracter implicit, ea se capătă în și prin interacțiuni.

Competență comunicativă subsumează un set de reguli referitoare la diverse aspecte cum ar fi:

- a ști să gestionezi problemele legate de “accesul la cuvânt”;
- a ști despre ce să vorbești într-o anumită situație;
- a ști să realizezi sincronizarea mimicii cu propriile spuse sau cu cele ale coemittătorului;
- a ști să menajezi imaginea celui alt;
- a ști să stăpânești comportamentele cerute de genurile de discurs abordate.

Este caracteristic acestei *competențe comunicative* faptul de a se modifica continuu, în urma experienței acumulate.

De altfel, un individ dispune de *competențe comunicative* diverse atunci când se află în interacțiune cu reprezentanți ai unor comunități diferite.

Temenul **competență discursivă**⁷⁴ este folosit pentru a desemna aptitudinea pe care trebuie să o aibă un subiect pentru a produce enunțuri adecvate unei formări discursive determinate (de ex., aptitudinea unui emițător comunist de a produce enunțuri comuniste).

Această competență este fundamental interdiscursivă: a enunța în interiorul unei formațiuni discursive înseamnă, de asemenea, a ști cum să te poziționezi în raport cu alte formațiuni discursive concurente (vezi, mai jos, interdiscurs).

În vorbire se poate pune în evidență modul în care subiectul vorbitor utilizează codul limbii pentru a comunica, iar mecanismul de trecere al limbii în vorbire este numit **actualizare** (Ch. Bally).

Limba și vorbirea au fost atribuite de E. Vasiliu categoriilor general și particular iar E. Coșeriu consideră că între sistem⁷⁵ și vorbire se situează **norma**.

Prin definiție, folosirea unei limbi în cadrul unui discurs este considerată doar din perspectiva în care acesta trebuie să fie enunțat (norma lingvistică)⁷⁶.

Limbile naturale au calitatea de **cod**⁷⁷ deoarece servesc la elaborarea și fixarea formelor de cunoaștere și utilizează ansamblul semnelor lingvistice, încadrate într-o schemă de comunicare.

Codul de limbaj⁷⁸ nu se elaborează doar într-o limbă considerată omogenă, ci se află într-un raport dinamic cu alte limbi (vii sau moarte) sau cu diversitatea uneia și aceleiași limbi (dialecte, nivele ale limbii, discurs specializat etc.).

Actul de limbaj reprezintă utilizarea limbii în situații concrete de comunicare. După Austin, orice act de limbaj este alcătuit din trei componente: locuționar, ilocuționar, perlocuționar.

Actul locuționar este cel prin care se realizează transmiterea unor anumite semnificații lexice și gramaticale prin rostirea unui enunț.

Actul ilocuționar constă în exprimarea unei anumite intenții comunicative.

Actul perlocuționar conține intenția de realizare a unui efect asupra interlocutorului (cum ar fi verbe ca *a convinge, a flata, a consola, a liniști etc.*).

Genurile de discurs pot fi considerate ca **macro-acte de limbaj** care integrează acte de limbaj elementare (*a întreba, a promite etc.*) Valoarea lor ilocuționară este supusă realizării unui anumit număr de condiții de reușită specifice care privesc în special, rolurile participanților, locul și momentul, canalul etc.

Un act de comunicare verbală poate fi caracterizat prin existența a două niveluri: situațional și comunicațional⁷⁹.

Nivelul situațional <i>sunt determinate condițiile contractului de vorbire corespunzător genului de discurs:</i> cum ar fi: - finalitatea actului de limbaj - identitatea partenerilor - temele în discuție - cadrul fizic al schimbului (decor⁸⁰, media etc.) etc.	Nivelul comunicațional <i>Corespunde spațiului intern, acela în care subiectul adoptă diferite strategii pentru a-și îndeplini cu succes actul de limbaj</i> cum ar fi diversele moduri în care se poate realiza un discurs politic, un curs universitar sau un spot publicitar
---	---

În cadrul nivelului situațional se exercită constrângerile care fac din comunicare un macro-act de limbaj reușit.

Actele de limbaj se deosebesc și după potențialul lor agresiv intrinsec (a se compara de exemplu solicitările, ordinele cu promisiunile, mulțumirile, complimentele). Actele de limbaj pot să pună în pericol **imaginea** individuală reciprocă a interlocutorilor și implicit să afecteze relațiile dintre aceștia.

Noțiunea de **imagine (pozitivă sau negativă)** a fost introdusă de Goffman (1974)⁸¹ eng. *face*, care opune termenii *imagine* și *teritoriu* , pentru a caracteriza comportamentul participanților la o interacțiune. Acest comportament se referă, în special, la constrângerile de “salvare” atât a imaginii proprii, cât și a partenerului.

Dimensiunea relațională și politețea

Concepția despre politețe dezvoltată de Penelope Brown și Stephen Levinson se bazează pe noțiunea de *imagine/eng.face* introdusă de Erving Goffman. Brown și Levinson (1978)⁸² au impus ansamblul coerent și indisolubil al imaginilor unui individ:

Imaginea negativă⁸³ Dorința fiecăruia de a acționa conform propriilor principii și intenții	Imaginea pozitivă⁸⁴ Dorința fiecăruia de a se bucura de aprecierea și acordul semenilor
--	--

Conversația este un loc unde se manifestă “teritorialitatea”, în care un subiect social este pus în situația de a pune în acțiune un ansamblu de strategii pentru a-și conserva imaginea și/sau a o menaja pe cea a interlocutorului. Astfel, o interacțiune este un amestec de

- **acte care amenință imaginea (FTA - “face threatening acts”)** cum ar fi: amenințarea, ordinul⁸⁵, critica etc., temperate de
- **acte de flatare a imaginii (FFA - “face flattering acts”)** care pun în valoare imaginea partenerului, și tot ce ține de manifestarea politeții.

Unii cercetători⁸⁶ consideră că regulile de politețe funcționează la fel în actele verbale și nonverbale pentru că este inutil a căuta să distingi comportamentul verbal de alte forme de comportament uman⁸⁷.

Alte forme ale cascadei manifestărilor de politețe sunt mulțumirile; “mii de mulțumiri”, “vă mulțumesc frumos, pentru puțin etc.”⁸⁸.

FTA⁸⁹ sunt adesea neutralizate de către FFA.

Astfel, în enunțul “deci mai vezi-ți și tu puțin de treabă” conține un intensificator FTA (deci mai vezi-ți de treabă) și un minimizator FFA (și tu puțin). Intensificatorul este un FTA fiindcă este un act directiv; dar el este atenuat de către minimizator.

De asemenea, există și acte mixte, cum ar fi oferta. Astfel, “luați loc” este un act simultan directiv (FTA) și care este îndreptat spre optimizarea stării de bine a celui alt.

Actele verbale constituie amenințări pentru una sau mai multe dintre imaginile puse în joc. În cadrul unei interacțiuni cu doi participanți sunt în joc patru imagini (imaginea pozitivă a locutorului; imaginea negativă a locutorului; imaginea pozitivă a interlocutorului; imaginea negativă a interlocutorului).

Ca regulă generală, emițătorul trebuie să “menajeze” imaginea partenerului (prin complimente, scuze, marcarea deferenței etc.) și să-și protejeze imaginea proprie (pentru a nu fi judecat greșit sau agresat).

Aplicarea regulilor de politețe⁹⁰ în comunicare contribuie la instalarea unui joc subtil și constant de negocieri.

B. ENUNȚ; ENUNȚARE; TEXT; OPOZIȚIA SCRIS-ORAL

În acest capitol vom prezenta câțiva termeni fundamentali la care ne vom referi în definirea discursului. O caracteristică a acestor termeni este posibilitatea de delimitare diferită în funcție de criteriile utilizate.

Termenul **enunț** desemnează generic orice produs al actului de **enunțare**. Pentru Benveniste (1974:80) enunțarea reprezintă “utilizarea limbii printr-un act individual de utilizare”.

Enunțarea nu trebuie privită ca apropiere de către un individ a sistemului limbii: subiectul nu ajunge la enunțare decât respectând multiplele constrângeri ale genurilor de discurs.

Teoriile comunicării disting în cadrul unei enunțări, ca elemente interdependente, **conținutul și relația**.

Conținutul reprezintă informația trimisă iar relația este cea pe care enunțarea o instituie între participanți, cadrul pe care ea îl implică.

Relația reprezintă o “metacomunicare”, ea indică modul în care enunțul trebuie primit (vezi act de limbaj) fie implicit (vezi mai jos, ordinul), fie explicit (“era o glumă”). (Watzlawick *et.al.* 1972:5)

Diferența între cele două elemente este evidentă în special când acestea sunt contradictorii sau instituie o stare de tensiune. Astfel, enunțarea “Iubește-mă!” are două elemente contradictorii: conținutul (iubirea) și relația (ordin).

Enunțarea trebuie privită în interacțiune. Benveniste (1974: 85)⁹¹ consideră că structura fundamentală este dialogul, iar monologul trebuie privit, în ciuda aparențelor, ca o varietate a dialogului.

Conceptul de polifonie face ca individul care vorbește să nu fie în mod necesar instanța care răspunde de enunțare.

Ducrot (1984: 179)⁹² definește enunțarea independent de autorul vorbelor ca “eveniment constituit prin apariția unui enunț”.

Cercetările asupra enunțării⁹³ au pus în evidență dimensiunea reflexivă a activității lingvistice: un enunț nu se referă la lume decât reflectând actul enunțării care îl generează.

Această “reflectare” se referă la următoarele aspecte:

1. persoanele, timpul enunțului sunt reperate prin raportare la această situație de enunțare;
2. enunțul are o valoare ilocutionară pe care o arată prin enunțarea sa;

3. enunțarea constituie pivotul relației dintre limbă și lume; enunțarea permite reprezentarea faptelor în enunț, dar constituie ea însăși un fapt, un eveniment unic definit în timp și spațiu.

Termenul **enunț** este polisemantic și sensurile sale se precizează printr-un sistem de opoziții:

1. *Opoziția enunț/frază*

Dacă definim enunțul ca “unitate de comunicare elementară, reprezentată de secvența verbală având un sens și fiind completă din punct de vedere sintactic” iar fraza drept “enunț în structura căruia se cuprind cel puțin două propoziții”, atunci fraza este un tip de enunț.

Ducrot (1984: 177) apud D.Maingueneau (1996) consideră că: “enunțul trebuie să fie distinct de frază, care este o construcție a lingvistului...”⁹⁴.

2. *Opoziția enunț/text*

La un nivel superior, enunțul este adesea considerat ca un echivalent al textului, adică drept o suită verbală legată de intenția unui emițător unic și care formează un tot care aparține unui anumit gen de discurs: un buletin meteo, un roman, un articol de ziar etc.

Unii cercetători⁹⁵ consideră, în cadrul lingvisticii textuale, că: “Un enunț, în sensul de obiect material oral sau scris, de obiect empiric, observabil și descriptibil, nu este un text, obiect abstract...care trebuie să fie conceput în cadrul unei teorii (explicative) a structurii sale compoziționale”.⁹⁶

Enunțurile se pot clasifica în⁹⁷:

enunțuri metadiscursive⁹⁸-enunțuri metacomunicaționale⁹⁹-enunțuri metalingvistice¹⁰⁰. Această clasificare este dificil de urmărit mai ales în condițiile în care aceleași elemente de marcare pot fi atribuite mai multor clase, în funcție de context.

TEXT

Caracterul complex al textului (și al discursului) poate fi mai bine înțeles prin studierea noțiunilor fundamentale de analiză a acestuia.

3. *Opoziția scris-oral*

Lingvistica modernă a privilegiat scrisul sprijinindu-se pe corpusuri verificabile, scrise:”în timp ce viza limbajul oral, lingvistul a lucrat întotdeauna pe texte scrise”¹⁰¹.

Această distincție scris/oral este o sursă permanentă de echivoc deoarece amestecă două registre diferite:

O opoziție între enunțurile care trec prin canalul oral (unde sonore) și enunțurile care trec prin canalul grafic și între comunicarea scrisă și cea orală.

Canalul oral - implică stabilirea și menținerea comunicării între emițător și receptor prin intermediul vorbirii Comunicarea orală - are un grad de interactivitate mult mai ridicat¹⁰² - biunivocitatea¹⁰³ relației emițător-receptor (reversibilitatea rolurilor) - libertate în alegerea variantei de cod utilizate - structura mesajului implică reformulări pentru negocierea sensului între emițător și receptor - pondere importantă a structurilor de adăugare - ansamblul datelor de comunicare și gramatica au un rol important în determinarea sensului¹⁰⁴ - preponderența funcției de informare și a funcției fatice - coprezența participanților - egocentrism¹⁰⁵ explicit al discursului, caracterul participativ al comunicării - concomitența emiterii și receptării - dependență de contextul non-verbal¹⁰⁶ - caracterul mixt al mijloacelor de expresie: verbale, non-verbale, paraverbale discursul dialogal	Canalul grafic - permite stabilirea și menținerea comunicării între emițător și receptor prin intermediul scrierii - stocarea informațiilor și transmiterea lor în timp și spațiu - intrarea limbajului în domeniul vizualului face ca studierea enunțurilor să se poată face independent de contextul lor (ceea ce conduce, implicit, la posibilitatea manipulării acestora¹⁰⁷). Comunicarea scrisă - are un grad de interactivitate scăzut - univocitatea relației emițător-receptor (ireversibilitatea rolurilor) - restricții în alegerea variantei de cod utilizate - structura mesajului implică formulări definitive, care exclud negocierea sensului între emițător și receptor - pondere importantă a structurilor de subordonare - gramatica are rol exclusiv în determinarea sensului - preponderența funcției de informare și reducerea funcției fatice - abstragerea emițătorului din contextul concret de comunicare - o anumită impersonalizare a discursului, în urma izolării emițătorului și a tendinței de obiectivare a acestuia - un decalaj temporal relativ între emitere și receptare - independență față de contextul non-verbal¹⁰⁸ - scriere și, eventual, transpuneri grafice ale elementelor paraverbale sau non-verbale¹⁰⁹ discursul monologal¹¹⁰
--	--

O opoziție între scris și oral este utilă și pentru a caracteriza polii între care oscilează discursul într-o societate.

Astfel, la “polul scris” avem de-a face cu enunțuri stabilizate, performate în contexte ritualizate, în care participanții (scriitori, preoți, oameni politici etc.) sunt autorii unor texte cu o puternică încărcătură simbolică pentru colectivitate¹¹¹, în timp ce la “polul oral” se află terenul schimburilor instabile și spontane ale interacțiunii cotidiene.

1. La rândul său, ca și discurs sau enunț, termenul **text** poate avea diferite valori.

1.1 **Text** se folosește adesea ca sinonim pentru enunț, ca suită lingvistică autonomă, orală sau scrisă, produsă de unul sau mai mulți emițători într-o situație de comunicare determinată.

1.2. Brown și Yule (1983: 6) apud D. Maingueneau (1996) definesc textul ca “înregistrare verbală a unui act de comunicare”.

Această definiție presupune specificări în funcție de domeniul scris sau oral.

Astfel, pentru domeniul scris se pune problema suportului (adică este suportul determinant pentru text și în ce măsură se poate vorbi despre identitate în cazul unui text care se prezintă sub diverse aspecte: manuscris, imprimat în diferite forme, electronic etc.). Domeniul oralității presupune, de asemenea, anumite elemente caracteristice: intonații, tăceri (semnificative) etc.

1.3 Alți cercetători¹¹² definesc textul drept “ocurență comunicatională” care satisface trei sisteme de criterii interdependente.

Primul sistem se referă la:

- un criteriu de coeziune, sesizabil în special, în jocul dependențelor dintre fraze;
- un criteriu de coerență¹¹³.

Al doilea sistem se referă la relația între participanții la actul de comunicare:

- un **criteriu de intenționalitate**: emițătorul își propune ca textul produs să fie susceptibil de a avea un anumit efect asupra receptorului;
- un **criteriu de acceptabilitate**: participanții la interacțiunea verbală se așteaptă ca interpretarea textului să se poată înscrie cu ușurință în universul său.

Un al treilea sistem se referă la:

- **criteriul de informativitate**
- **criteriul de relevanță/pertinență** în raport cu contextul enunțării.

Acestor două sisteme li se adaugă **criteriul intertextualității**, deoarece un text nu are sens decât în relație cu alte texte.

1.4. Textul poate fi definit și din perspectiva proprietăților sale care îl deosebesc, în general, de noțiunile apropiate, enunț și discurs. Aceste proprietăți se referă la:

- existența unei structuri puternice
- relativa independență a textului de context.

Inerența acestor proprietăți face posibilă privilegierea termenului text în sintagme ca *text literar*, *text juridic* etc.

1.5. Unii cercetători¹¹⁴ definesc textul prin stabilirea unei distincții între text și document.

Astfel, textele se caracterizează printr-o semantică bogată și, mai ales, cele literare sunt destinate a emoționa (apelul la pathos), în timp ce documentele tind spre descrierea univocă a lumii.

1.6. Alți cercetători¹¹⁵ înțeleg textul ca ansamblu al enunțurilor orale sau scrise care au structuri menite să dureze și să fie repetabile în cadrul unei tradiții.

Această idee a autonomiei textului în raport cu contextul a fost dezvoltată în special, în lingvistica textuală ¹¹⁶(sau gramatica textului).

1.7. Adam (1992:15) introduce distincția dintre text (“obiect abstract”) și enunț (“obiect material, scris sau oral, obiect empiric”).

Concluzie: În urma analizei definițiilor de mai sus, se poate spune că, din anumite perspective, caracteristica textului ar fi unitatea sa, caracterul global sub care poate fi perceput (nu ca o simplă înșiruire de fraze), pe când cea a discursului ar putea-o reprezenta articularea enunțului la o situație de enunțare particulară.

2. Ansamblul de enunțuri care înconjoară un text se numește **paratext** (titlu, subtitlu, prefață, postfață, sumar etc. ¹¹⁷).

Paratextul este destinat să “facă prezent un text, pentru a-i asigura prezența sa în lume, “receptarea sa” și consumarea sa” ¹¹⁸

Se disting:

- 1) paratext auctorial (al autorului); numele autorului, dedicații, note în pagină, epigrafi etc.
 - 2) paratext editorial, îi aparține editorului (catalog, copyright, copertă, supracopertă etc.)
- Această distincție este amenințată, mai ales în cazul textelor literare, filozofice etc. care sunt “reciclate” continuu.

Genette (1987) împarte paratextul în:

Peritext: acea parte a paratextului inseparabilă de text: titlu, sumar etc.

Epitext: circulă în afara textului; poate fi

- a) editorial (catalogue, publicitate, reclamă...) sau
- b) auctorial
 - b1) public (interviu radiofonic al autorului)
 - b2) privat (manuscrise, variante, ciorne, jurnal intim etc.)

Interesul pentru acest fenomen este legat de dezvoltarea perspectivei pragmatice din analiza discursului: nu se poate disocia un text de cadrul comunicațional în interiorul căruia se prezintă, interpretările posibile sunt legate de acest cadru, care variază în timp și spațiu. (v. gen de discurs, relație).

3. În orice analiză a discursului trebuie făcută o distincție clară între **coerență și coeziune** textuală.

3.1. Coerența reprezintă o componentă esențială în definirea textului; se referă la un ansamblu de trăsături care asigură unitatea semantică a unui șir de propoziții/fraze, astfel încât acestea să formeze o unitate din punctul de vedere al semnificației.

Condițiile pentru ca un set de propoziții/fraze să aibă coerență semantică (să constituie astfel un text), sunt (T. van Dijk, 1972, E. Vasiliu, 1990)

- propozițiile/frazele trebuie să desemneze aceeași realitate lingvistică;

Ex.: M-am întâlnit cu *Ion*. *El* era pe stradă.

Este coerență semantică numai dacă *Ion* și *el* sunt coreferențiali, deci dacă propozițiile presupun o secvență intermediară de tipul: M-am întâlnit cu *Ion*. *El, adică Ion*, era pe stradă.

- Sensul global al textului nu reprezintă exclusiv suma semnificațiilor frazelor constitutive, ci trebuie să aducă un plus de semnificație, așa-numitul “plus semantic”.

Un text poate prezenta calitățile unei coeziuni perfecte fără a fi însă și coerent.[vezi Dominique Maingueneau, *Les termes de l'analyse du discours*, Seuil, 1996, Collection Memo:17].

Coerența textului depinde de:

- adecvarea textului la o intenție globală, la o “țintă ilocutorie” atașată tipului său de discurs (coerența textului va fi realizată diferit în cazul unui poem suprealist, al unui text publicitar, al unui discurs politic);
- identificarea temei textului în cadrul unui anumit univers (ficțiune, istorie, teorie).

Pentru destinatar, etapele de determinare a țintei unui discurs sunt [Brown et Yule, 1983, vezi în Mariana Tușescu, *L'argumentation. Introduction a l'etude du discours*, Editura Universității din București, București, 1998)]:

- reperarea tipului de act de limbaj (textul va fi evaluat drept coerent în funcție de clasificarea sa în obiecție, comentariu, amenințare);
- mobilizarea cunoștințelor enciclopedice, deoarece “la connaissance des genres de discours et des scripts* resulte de notre experience du monde”;

De aceea, se consideră într-o formulare paradoxală: “Coerența nu este în text, ea este reconstruită de destinatar” sau “*La besoin de coherance est une sorte de forme a priori de la reception discursive*” (Charolles 1988: 55).

Adesea, judecățile care evaluează un text în seria coerent/incoerent pot diferi în funcție de:

- destinatar
- cunoașterea contextului
- autoritatea cu care este creditat emițătorul.

Elementele care joacă un rol esențial în stabilirea coerenței textului se numesc **conectori**¹¹⁹. Conectorul este un morfem care stabilește o legătură între două propoziții.

Se disting:

- conectori adverbiali: *totuși, cel puțin...*
- conectori conjuncții coordonatoare: *și, deci*
- conectori conjuncții subordonatoare: *cu toate că, pentru că...*

3.2. Coeziunea reprezintă un element definitoriu al conceptului de text; se referă la un ansamblu de trăsături care asigură unitatea sintactică a textului prin marcarea legăturii în secvența de unități lingvistice (propoziții, fraze);

A analiza coeziunea unui text presupune înțelegerea acestuia ca o **textură** [Halliday și Hasan, 1976: 2] în care fenomene lingvistice diferite asigură simultan continuitatea și progresia textului.

Factorii de unitate care conferă - în diferite grade - coeziunea textului sunt:

- repetarea, în mod obligatoriu cu același sens, a elementelor lexicale în propoziții diferite ale aceleiași secvențe.

S-a constituit un nou *guvern*. *Guvernul* își propune un program de redresare economică.

- repetiția elementelor constitutive:

Ion...Ion...

- elipsele: *Guvernul dorește reforma. Sindicatul, de asemenea.* (elipsa verbului dorește)
- conectorii între fraze:
 - de opoziție (*totuși -*)
 - de cauză/consecință (*pentru că, deci*)
 - de adăugare (*în plus, mai mult*)
 - de timp (*apoi*)
- mărcile care segmentează textul, revelând configurația acestuia:
 - în primul rând,
 - primo, secundo, tertio
 - pe de o parte..., pe de altă parte

Mariana Tuțescu apreciază că “De o parte, găsim analiza care dă seama de răsturnarea seriei reprezentărilor într-un tablou inactual, dar simultan de comparații, analiză a impresiilor, a reminiscenței, a imaginației, a memoriei, a acestui întreg fond involuntar care este ca o mecanică a imaginii în timp. De cealaltă, există analiza care dă seama de asemănarea lucrurilor...”¹²⁰. Aceasta echivalează, în fond, cu presupunerea posibilității de reperare a unor inferențe care pot fi înscrise în structura lingvistică sau se pot baza pe o cunoaștere enciclopedică.

- unitatea sistemului pronominal, apariția unor paralelisme în schema sintactică, corelate cu înlocuirea elementelor lexicale (cu respectarea compatibilității semantice).

El este purtător de cuvânt la guvern.

Ea editează revista presei.

Amândoi lucrează la departamentul de comunicare.

(dar nu și **Amândoi** sunt în vacanță)]

- pro-formele, adică substituirea unor elemente lexicale prin altele, care le pot înlocui
- prezența deicticelor*: Ziariștii au notat **informațiile**. **Acestea** au fost prelucrate și date publicității.
- prezența verbelor (E. Vasiliu, 1990): Ion **dezinformează** presa, dar nu **o face** cu plăcere.
- unitatea (relativă) a sistemului timpurilor verbale
- formele de reiterație la toate nivelurile (paralelisme și anaforele)
- conjuncțiile (copulative, conclusive, cauzale)

Guvernul l-a anunțat pe liderul de sindicat cu privire la măsurile de restructurare a fabricii **și iar** el a transmis mesajul muncitorilor. **Deci** ne pregătim pentru o perioadă de disponibilizări.

- demonstrativele care iau un pronume/substantiv deja exprimat

Am câștigat o mare experiență și pentru **asta** mulțumesc celor care m-au ajutat.

Afară e frig. **De aceea** ne îmbrăcăm cu haine groase.

- cuvintele al căror sens trimite la o frază anterioară.

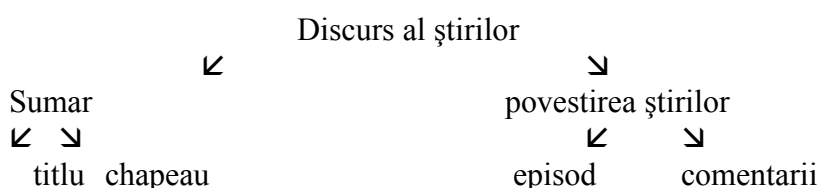
4. Modul în care un text este compus poate fi ilustrat uneori printr-o schemă numită **suprastructură**¹²¹.

Termenul suprastructură este folosit în literatura anglo-saxonă, în special de Van Dijk (1980) pentru a propune o schemă a compoziției textelor: “Suprastructurile sunt forme convenționale care caracterizează un gen de discurs. Ele ordonează secvențele frazei și le atribuie funcții specifice” (1986: 158).

Fiind o schemă textuală, suprastructura privește doar organizarea de suprafață a textului, compoziția sa.

Aceste suprastructuri oferă grile care facilitează atât producerea, cât și înțelegerea textelor (vezi gen de discurs).

De exemplu, pentru știrile presei scrise, Van Dijk (?1986: 169) propune schema următoare (din care dăm doar partea superioară):



5. O caracteristică fundamentală a tuturor textelor este descrisă de cuplul noțional **intertext - intertextualitate**.

Intertextualitate¹²² este un termen atribuit la două fațete conceptuale:

Intertextualitatea trimite la o proprietate constitutivă a tuturor textelor; în acest caz ea reprezintă o variantă a interdiscursivității ¹²³ .	Intertextualitate se referă la un ansamblu de relații explicite sau implicite pe care un text le stabilește cu alte texte.
--	--

5.0. G. Genette (1982: 8) numește **transtextualitate** intertextualitatea în sens restrâns.

Tipologia relațiilor transtextuale din perspectiva lui G. Genette cuprinde:

- intertextualitatea ce presupune prezența unui text în altul (prin citare, aluzie etc...)
- paratextualitatea se referă la ceea ce “înconjură”/vecinătățile unui text propriu-zis, periferia sa: titluri, prefață, ilustrații, inserturi, dedicații etc.
- metatextualitatea privește relația de comentariu a unui text în și prin alt text;
- arhitextualitatea, termen abstract, pune un text în relație cu diversele clase în care acesta ar putea fi plasat (*Odă, în metru antic* de Eminescu ar fi în relație cu clasa sonetelor, a operelor romantice, a poemelor, a operelor liric etc.)
- hipertextualitatea este operația prin care un text (numit hipotext¹²⁴) se grefează pe un text anterior (numit hipertext), fără să fie vorba de un comentariu. Această relație se bazează pe operații de transformare¹²⁵ (parodie¹²⁶, travestire, transpunere) sau de imitație (pastișă).

Studiul relațiilor de hipertextualitate permite punerea în evidență a două strategii opuse de imitare a unui text sau a unui gen de texte.

- **Strategia de captare** constă în a transfera asupra discursului în care se citează autoritatea textului sursă (cazul predicatorului care ar imita o parabolă biblică).

- **Subversiunea** nu imită decât pentru a descalifica autoritatea textului sursă (regăsim aici fenomenul parodiei).

5.1. Spre deosebire de interdiscurs, termenul **intertext** este adesea folosit pentru a desemna un ansamblu de texte legate printr-o relație intertextuală¹²⁷.

Maingueneau (1984: 83) face distincția între intertextualitate și intertext: intertextul reprezintă ansamblul fragmentelor citate într-un corpus dat, în timp ce intertextualitatea se referă la sistemul de reguli implicite prin care se realizează acest intertext (modul de citare socotit legitim în formațiunea discursivă căreia îi aparține acest corpus). Astfel, intertextualitatea discursului științific nu este de același tip cu cea a discursului religios. 5.1.1. De asemenea, intertextualitatea în cadrul aceluiași tip de discurs poate varia în diacronie (de la o epocă la alta).

Se disting astfel:

- o intertextualitate internă (între un discurs și altele aparținând aceluiași câmp discursiv);
- o intertextualitate externă (cu discursurile din alte câmpuri discursive, cum ar fi de ex. între un discurs științific și unul religios).

Delimitarea este făcută din perspectivă teoretică, în realitate, cele două tipuri de intertextualitate reprezintă fațete ale aceluiași mod de funcționare discursivă.

6. Un text are în mod obligatoriu o **temă**.

Termenul temă (eng. topic) are două sensuri distincte:

1. segment al frazei considerate în dinamica textuală	2. caracteristică a unității semantice a textului.
Fraza nu reprezintă doar o structură sintactică, ea participă la progresia ¹²⁸ unui text prin introducerea atât a informațiilor cunoscute, cât și a celor noi care se sprijină pe primele. O nouă informație de îndată ce este inserată în text devine punct de sprijin pentru alte informații. Astfel, un text este constituit din temă , elementul cunoscut, despre care se vorbește și remă ¹²⁹ , care reprezintă aportul de informație.	Tema reprezintă răspunsul la ceea ce intuitiv putem formula prin “despre ce se vorbește” într-un text. Indiferent de lungimea sa, un text presupus coerent trebuie să construiască o reprezentare și trebuie să poată fi rezumat.

Deoarece fiecare grup de fraze care constituie o unitate semantică este atașată unei teme, un text poate avea teme la diferite niveluri, cu condiția ca ultimul să le integreze pe toate celelalte. Acest fenomen aparține competenței subiecților de a putea sintetiza un mare număr de informații într-o structură semantică unică.

A determina care este tema unui text permite receptorului să îl interpreteze, să “umple” eventualele lacune și să rețină, în cazul unor sensuri vagi, doar pe cel compatibil cu tema respectivă.

Totuși anumite texte, numite poliizotopice¹³⁰, pot dezvolta sistematic mai multe teme.

7. Analiza discursului pune în relație enunțul cu **contextul** lui. Aceasta pare să fie o trăsătură definitorie a analizei discursului.

Analiza discursului privește discursul ca pe o activitate care nu poate fi separată de context și nu ca o raportare a enunțurilor la diverși parametri exteriori.

Nu există consens în ceea ce privește natura componentelor contextului.

Hymes (1972) consideră că aceștia se referă la: participanți, loc, moment, scop, temă, gen de discurs, canal, dialect folosit, reguli care guvernează într-o comunitate, înscrierea la cuvânt etc.

Alți cercetători includ, de asemenea, cunoștințele participanților asupra lumii¹³¹, cunoașterea referitoare la imaginea reciprocă a participanților, la interacțiune, o cunoaștere a planului de fundal al societății din cadrul căreia este generat discursul etc.

Numărul acestor elemente componente poate fi extrem de numeros și de variat în funcție de perspectiva adoptată.

Cu toată această proliferare a elementelor există totuși un nucleu asupra căruia există o evaziunanimitate a opiniilor:

7.1. **Participanții la discurs**; se face o distincție între indivizii care pot fi descriși independent de discurs din punctul de vedere social sau biologic și roluri pe care aceștia le pot juca în discurs: elev, scriitor, profesor, politician etc. (v. rol)

7.2. **Cadrul spațio-temporal** poate fi caracterizat din perspectiva asocierii la discurs drept:

- cadrul empiric
- cadrul instituțional¹³²

7.3. **Scopul** pe care îl urmăresc participanții la un discurs depinde în mod evident de genul de discurs: politic, religios...

Anumite genuri presupun script-uri cu un anumit grad de rigiditate: alocuțiune politică, interogatoriu polițienesc, oficiere religioasă etc.

Se poate întâmpla adesea ca, la acest nivel, să existe deturnări de la scopul oficial la discurs.

De altfel, eterogenitatea pare să fie regula în interacțiuni: nu numai că există o ierarhie a scopurilor (mesa include rugăciunea de ex.) dar se produc în mod constant amestecuri, alunecări care conduc la devieri de la scopul oficial (un discurs de comemorare se poate transforma într-un atac la persoana unui contracandidat politic).

Contextul nu poate fi înțeles în ansamblu de un observator exterior. El trebuie să fie luat în considerare prin rezultanta intersecției reprezentărilor (adesea divergente) pe care și le fac participanții la interacțiune. În scopul adecvării comportamentelor, participanții se sprijină pe diferiți indici (v indice de contextualizare) pentru a identifica genul de discurs în care sunt implicați.

În cazul genurilor de discurs foarte ritualizate/formalizate, contextul apare ca produsul unei construcții comune a participanților la interacțiune.

Sunt însă și numeroase cazurile în care natura genurilor de discurs, rolul participanților, cadrul spațio-temporal reprezintă obiectul conflictelor și/sau negocierii.

Între momentul inițial și cel final al unui schimb verbal, contextul poate fi diferit datorită modificărilor pe care le-au adus informațiile, comportamentele interactive etc.

8. O noțiune esențială pentru identificarea contextului o constituie **indicele de contextualizare**¹³³.

Acest concept se referă la semnele care permit participanților la o interacțiune să identifice (corect) contextul acesteia, să determine exact cu cine vorbesc, în ce gen de discurs sunt implicați etc.

Anumiți indici sunt numeroși într-un context anumit, cum ar fi:

- decorul interacțiunii (biserică, platou de televiziune)
- vîrsta, sexul, gesturi, îmbrăcăminte etc.

Interpretarea corectă a acestor indici conferă subiectului posibilitatea să se comporte adecvat în interacțiuni.

Cel mai adesea, aceste interpretări nu operează nediferențiat și continuu pe parcursul interacțiunii ci suferă un proces de reajustare.

Din momentul în care un text a fost “conservat”, un text va circula în contexte diferite de cel în care a fost generat și își va schimba statutul, apartenența la un gen etc. În acest caz, în ciuda invarianței relative a textului, este vorba de discursuri diferite.

Deși se constată o utilizare sinonimică a termenilor context și **situație**, se acordă adesea un sens mult mai general pentru **situație** care ar fi ansamblul format din text și context.

9. Termenul “**cotext**” se opune contextului așa cum mediul textual imediat al unei unități discursive se opune mediului său nontextual.

Dificultatea principală este de a stabili ce aparține cu exactitate textualului și ce nu îi aparține. Unii cercetători nu restrâng noțiunea de text la unitățile verbale ci includ aici elementele de ordin kinetic care le însoțesc (gesturi, mimică etc.), chiar și acțiunile participanților în cursul schimbului.

Dar, în general, domeniul de aplicare a noțiunii cotext este cel al mediului verbal propriu-zis. O delimitare terminologică ar impune folosirea termenilor cotext verbal și cotext non verbal.

10. În lingvistica textuală se consideră¹³⁴ că orice text este constituit din cel puțin o secvență, unitate de compoziție inferioară textului văzut ca un ansamblu. Din această perspectivă textul reprezintă “un șir orientat din punct de vedere configurațional de unități (propoziții) legate secvențial și care avansează către un sfârșit”.

Din acest punct de vedere ar exista cinci tipuri de secvențe: **narativă, descriptivă, argumentativă, explicativă, dialogală**.

Cel mai adesea, un text integrează mai multe secvențe; acestea pot fi de același tip (de ex. o succesiune sau o “încadrare” de povestiri) sau pot fi de tipuri diferite (v. coerență/coeziune). În cazul în care secvențele sunt de tipuri diferite se disting următoarele posibilități:

- a) inserția unei secvențe într-alta (de ex. o argumentație într-o descriere și inserția acestei argumentații într-o narațiune);
- b) dominanță secvențială (când cele două tipuri se amestecă dar una domină (de ex. dacă o narațiune este de fapt o descriere deghizată)

CAPITOLUL III

TIPOLOGIA DISCURSURILOR

Clasificarea discursurilor reprezintă o sarcină fundamentală în cadrul analizei discursului.

Se apreciază că membrii unei colectivități au o anumită competență în ceea ce privește tipologia discursurilor, care le permite să recunoască tipul de activitate discursivă în care sunt angajați și, în consecință, să aibă un comportament lingvistic adecvat [în conformitate cu genul de discurs, cu indicele de contextualizare].

Problema clasificării discursurilor este dificilă, mai ales datorită criteriilor multiple care pot fi luate în considerare și a imposibilității de a le cuprinde pe toate într-o schemă ideală.

Petitjean (1989)¹³⁵ consideră că tipologiile discursului pot fi împărțite în trei clase:

- tipologii enunțiative.¹³⁶
- tipologii comunicaționale
- tipologii situaționale.

Tipologia discursului se bazează adesea pe noțiunea de **formațiune discursivă**.

Această noțiune este folosită în special de școala franceză de analiză a discursului¹³⁷.

Pêcheux¹³⁸ (1990: 102) impune această noțiune în analiza discursului.

El consideră că “orice formațiune socială”, caracterizată prin existența unui anumit raport între clasele sociale, implică existența “pozițiilor politice și ideologice, care nu sunt fapte ale individului, ci se organizează în formațiuni care antrenează raporturi antagoniste, de alianțe sau de dominare”. Aceste formațiuni ideologice includ “una sau mai multe formațiuni discursive legate între ele, care determină ceea ce poate sau trebuie să fie spus (articulate sub forma unei certe, a unei rugăciuni, a unui pamflet, a unei expuneri, a unui program etc.)”

Această teză are consecințe la nivelul semantic deoarece presupune “schimbarea sensului cuvintelor” la trecerea lor de la o formațiune discursivă la alta.

În analiza discursului, **formațiune discursivă desemnează orice sistem de reguli care stabilesc unitatea unui ansamblu de enunțuri circumscrise într-un cadrul social și istoric**.

D. Maingueneau¹³⁹ consideră că vorbind despre formațiune discursivă spunem de fapt că “doar o parte din ceea ce se poate spune este accesibil, ceea ce se poate spune formează un sistem și delimitează o identitate” în cadrul unei societăți, într-un anumit context spațial și temporal.

Folosirea termenului este extrem de largă și se aplică:

- pentru conjuncturi istorice (discurs comunist, discurs al administrației, discurs științific, discurs al patronatului, discursul sindicatelor etc.)
- pentru poziționări “ideologice” marcate
- pentru discursuri “concurente” într-un câmp discursiv (discurs politic, religios)

Formațiunile discursive sunt înțelese, în special, din două perspective:

1. concepția contrastivă, conform căreia formațiunea discursivă este privită ca un spațiu independent care se află în relație cu altele
2. concepția interdiscursivă, pentru care o formațiune discursivă nu se constituie și nu se menține decât prin interdiscurs¹⁴⁰.

Actul prin care o formațiune discursivă se plasează într-un câmp discursiv și își marchează identitatea în raport cu alte formațiuni discursive se numește **poziționare**.

Formațiunea discursivă privită ca sistem de reguli se opune termenului suprafață discursivă (enunțuri atestate care aparțin acestei formațiuni discursive).

LEGILE DISCURSULUI

Legile discursului reprezintă regulile, variabile din punct de vedere cultural, pe care fiecare dintre parteneri le respectă și, în același timp, presupune că sunt respectate de către interlocutor în cadrul “schimbului verbal”.

Încadrarea și definirea acestor “legi” fac obiectul unor ample dezbateri.

Unii cercetători¹⁴¹ au propus distincția teoretică între “principiile discursive generale” și “legile specifice ale discursului”.

Astfel, în **principii generale** s-ar putea încadra principiul cooperării, al relevanței și al sincerității.

Clasificarea legilor specifice discursului pune în evidență două criterii importante: **criteriul lingvistic** și **criteriul axat pe codurile de comportament**.

Criteriul lingvistic își subsumează următoarele legi:

- a) **legea informativității** (a nu vorbi pentru a nu spune nimic, a nu spune ceea ce interlocutorul știe deja etc.);
- b) **legea exhaustivității** (a furniza volumul maxim de informație pertinentă susceptibilă de a interesa pe interlocutor la un moment dat);
- c) **legea modalității** (a fi clar și concis¹⁴² în formulări).

Criteriul axat pe codurile de comportament reglate social relevă faptul că interacțiunea verbală este supusă unui ansamblu de norme variabile în timp și spațiu.

Aceste norme sunt, în general, cele care reglează comportamentul agresiv față de imaginea/face pozitivă sau negativă a partenerului.

- a) Astfel, pe de o parte se clasează aici reguli care guvernează comportamentul locutorului față de partenerul său (a nu fi agresiv, ironic, a nu exagera cu lauda, a nu monopoliza discuția etc.).
- b) Pe de altă parte, regăsim norme care reglează imaginea proprie a locutorului (a nu fi exagerat de respectuos sau, invers, extrem de pretențios etc.)

Aceste legi se circumscriu, în linii generale, domeniului numit de Grice “maxime conversaționale”¹⁴³ sau de alți cercetători (O.Ducrot) - “legile discursului” sau “postulate conversaționale”.

O trăsătură caracteristică a acestor legi pare a fi extinderea, între anumite limite, de la domeniul strict al conversației la toate discursurile. Deși domeniul de referință este general, aceste legi capătă un caracter specific în funcție de genul de discurs analizat¹⁴⁴.

GEN DE DISCURS

Analiza discursului pune în evidență utilizarea cu sensuri diferite a termenilor **gen de discurs** și **tip de discurs**.

Tendința generală pare a privilegia folosirea sintagmei **gen de discurs** pentru dispozitivele de comunicare definite socio-istoric: faptul divers, editorialul, consultația medicală, interogatoriul, mica publicitate, conferința universitară, raportul etc.

Diversitatea¹⁴⁵ genurilor de discurs este foarte mare de la genuri care ar putea fi caracterizate ca stabile (rugăciunea, conferința, rețeta etc.) la genuri foarte dinamice (jurnalul tv).

În concepția tradițională, se consideră genurile drept cadre în care se poate introduce un conținut care ar fi independent de acestea. Sub influența pragmaticii se consideră genurile mai mult activități¹⁴⁶ care nu pot avea o dezvoltare legitimă și “reușită”¹⁴⁷, decât dacă sunt în conformitate cu regulile care le constituie.

Caracteristicile definitorii pentru un gen de discurs vizează:

- statutul colocutorilor
- circumstanțele temporale și spațiale ale enunțării
- suportul și modul de difuzare (suportul joacă un rol important în apariția și dezvoltarea unui gen: apariția microfonului a modificat predica religioasă, telefonul a modificat definiția conversației, epopeea este inseparabilă de recitare etc.) (vezi mediologie)
- temele care pot fi introduse
- lungimea, modul de organizare a discursului etc.

Genul de discurs are o importanță decisivă în interpretarea enunțurilor deoarece acesta nu poate fi înțeles fără a-l raporta la un gen discursiv.

“În fenomenul de înțelegere a vorbelor celuilalt, noi știm de la început, de la primele cuvinte, presimțind genul, ghicind volumul (lungimea aproximativă a unui tot discursiv), structura compozițională dată, prevăzând finalul, altfel spus, de la început, suntem sensibili întregului discursiv”¹⁴⁸.

A. Tipologia discursurilor din perspectivă cronologică și constitutivă cuprinde:

- **discursul fondator și discursul prim (inițial)**
- **discursul raportat**

Discurs fondator (discurs constitutiv) ¹⁴⁹	Discurs inițial/prim discurs
Discurs care joacă un rol “fondator” în raport cu altele ¹⁵⁰ .	Termenul desemnează în sens strict textul care reprezintă sursa pentru alte discursuri.
Doar un discurs care se constituie prin tematizarea propriei constituirii este cel care joacă un rol fondator în relația cu celelalte discurs. De exemplu, discursul creștin, poate pretinde că este un discurs fondator în raport cu altele prin instituirea unei legături cu revelația.	Prin extensie, se vorbește de discurs inițial în cazurile în care există un decalaj cronologic și/sau calitativ între două discursuri: între o carte și recenzia sa, între Biblie și lucrări de interpretare etc.

Orice discurs constitutiv este prins într-o rețea de relații conflictuale cu celelalte discursuri și mobilizează comunități discursive ¹⁵¹ specifice, care generează înscrierea enunțurilor sale într-o memorie colectivă, într-o memorie culturală.	
---	--

Discursul raportat¹⁵²

Discursul raportat reprezintă termenul atribuit conceptului de reprezentare într-un discurs a unor elemente care aparțin unor surse diferite de emițător.

Discursul raportat se referă atât la tipologia tradițională: discurs direct¹⁵³, discurs indirect¹⁵⁴ și discurs indirect liber¹⁵⁵, cât și la fenomene ca: punerea între ghilimele, italice etc., la modalizare prin trimitere la un alt discurs (“după spusele lui x...”), la diversele forme de aluzie la discurs anterioare.

Unii cercetători¹⁵⁶ structurează câmpul conceptual al discursului raportat în conformitate cu axa de opoziție - discurs raportat în sens strict / modalizare în discurs secund.

Discursul raportat în sens strict se referă la cazul în care emițătorul are ca obiect al enunțului său un alt act enunțiativ (“Ion povestește că ești bolnav”).

- 1) Modalizarea în discursul secund se referă la prezentarea propriului enunț ca secundă în raport cu un alt discurs.

Modalizarea poate privi:

- adevărul/validitatea/credibilitatea conținutului din aserțiune (“Este bolnav, **dacă ar fi să ne luăm după spusele lui Vasile**”);
- folosirea unui cuvânt sau termen (“Sunt tufă, **cum se zice**”)

- 2) Semn standard / semn autonom

Semn standard (surprins în vorbire) și semnul autonom (luat în considerare, menționat, atestat) .

Utilizarea unui semn lingvistic se poate face într-o manieră “standard” -semnul

Standard pentru a se referi la o entitate extralingvistică (Am cumpărat un CD-ROM.) sau pentru a se referi la semnul însuși (nu găsesc termenul CD-ROM în dicționar).

Autonomia reprezintă proprietatea limbajului de a vorbi despre el însuși.

Discursul direct pune în evidență modul de funcționare al autonomiei: se folosesc cuvintele citate ale emițătorului sau raportorul “redă” enunțul ca atare:

“D. Carp vă spunea că în chestiunea Dunărei ne-a apărât Germania singură. Să-mi dați voie să-i spun că se înșală. Iată faptele! Când s-a strâns Conferința de la Londra, prima chestiune care s-a ridicat a fost: România să fie primită? Și atunci *citesc*: <<Anglia, și până la un oarecare punct și Italia, au fost de părere ca România să fie Dominique Maingueneauisă în conferința de la Londra>>. Ambasadorul Germaniei s-a opus <<pentru că dându-i dreptul la vot, **zise excelența sa**, i s-ar crea o poziție care n-ar fi de dorit...aceea de a putea zice veto după dorința sa>>...” [Take Ionescu, *Generația sortită pentru fapta cea mare*; Discurs rostit în ședințele de la 16 și 17 decembrie 1915 la Camera Deputaților, în Ioan Adam; *Panteon regăsit. O galerie ilustrată a oamenilor politici români*, Editura 100+1 Gramar, București, 2000, p.166]

“Și atunci **mi-au zis**: <<Ai dreptate, un singur lucru nădăjduim, că și în ceasul când s-ar ivi nevoia să alegeți, să fie astfel de împrejurări încât să alegeți în libertate, și să fiți și destul de tari ca să vă aduceți la îndeplinire alegerea d-voastră>> (Aplauze prelungite)” [Take Ionescu, *Generația sortită pentru fapta cea mare*; Discurs rostit în ședințele de la 16 și 17 decembrie 1915 la Camera Deputaților, în Ioan Adam; *Panteon regăsit. O galerie ilustrată a oamenilor politici români*, Editura 100+1 Gramar, București, 2000, p.168]

În discursul indirect, raportorul face apel la propriile cuvinte pentru a cita pe cineva, pentru a reformula:

“D. Carp vă spunea că în chestiunea Dunărei ne-a apărât Germania singură.” [Take Ionescu, *Generația sortită pentru fapta cea mare*; Discurs rostit în ședințele de la 16 și 17 decembrie 1915 la Camera Deputaților, în Ioan Adam; *Panteon regăsit. O galerie ilustrată a oamenilor politici români*, Editura 100+1 Gramar, București, 2000, p.166]

Adesea discursul poate fi marcat de conotație autonimică în care se amestecă folosirea standard și uzajul autonom. Marcarea conotației se face prin ghilimele, italice etc. pentru a arăta comentarea expresiei lingvistice de care emițătorul se distanțează. Marcarea grafică subliniază raportarea la o altă sursă a enunțului.

“În trecut, România a fost aliată cu statele Triplei-Alianțe și a știut în același timp să susțină raporturi bune cu puterile Înțelegerii. Astfel ea a beneficiat de avantajul imoralității antebelice a “echilibrului european”. Acest echilibru a fost o realitate până la războiul mondial și problema granițelor României vechi nici că se putea pune în discuție din vreo parte, fără riscul unui război general.” [Alexandru Vaida-Voevod, *Problema frontierelor românești*, în Ioan Adam; *Panteon regăsit. O galerie ilustrată a oamenilor politici români*, Editura 100+1 Gramar, București, 2000, p.168]

3. Opoziția reprezentări explicite ale discursului/reprezentări care presupun o analiză interpretativă

- a. forme explicite:
 - discursul direct sau discursul indirect;
 - formule ca “după (spusele lui) X”; “pentru a-l cita pe Y” (vezi eterogenitate);
- b. forme marcate lingvistic dar care necesită totuși o analiză interpretativă; de ex., mărcile conotației autonimice nu indică sursa enunțului raportat; ceea ce îl poate face pe receptor să caute atât sursa, cât și motivul pentru care emițătorul s-a plasat într-o poziție “distanțată” de enunț.
- c. formele interpretative propriu-zise (discursul indirect liber, aluziile, citatele ascunse etc.) care nu sunt semnalate prin mărci. Este domeniul de predilecție al manifestării rolului cotextului, a culturii receptorului, al cunoașterii partenerului în interacțiune, al genurilor discursive, al încadrării într-un gen discursiv etc.

Se admite în general că problematica discursului raportat este esențială pentru înțelegerea discursului, care, lucrând asupra altor discursuri reprezintă o negociere permanentă a propriei limite¹⁵⁷.

B. Tipologia discursurilor în funcție de raportul dintre emițători și receptori cuprinde **discursul închis** și **discursul deschis**¹⁵⁸.

discurs închis pentru care există o coincidență calitativă și cantitativă între ansamblul emițătorilor și cel al receptorilor ¹⁵⁹	discurs deschis pentru care există o diferență mare calitativă și cantitativă între ansamblul emițătorilor și cel al receptorilor ¹⁶⁰
--	--

C. Discursurile se pot clasifica și după domeniul în care sunt folosite; distingem astfel **discursuri nespecializate** (care nu se pot atribui unui domeniu de specialitate) și **discursuri specializate**.

Termenul **discurs specializat** se referă la modul în care limba este utilizată într-un domeniu de activitate. Astfel, există **discursul științific** (în sociologie, matematică, fizică etc.), **discursul tehnic** (de ex., în telecomunicații, petrochimie etc.), **discursul profesional** (în ramuri precum turismul, ceasornicăria, jurnalistica etc.).

Unii autori¹⁶¹ consideră că discursul specializat poate include și discursul politic.

Discursul specializat reprezintă obiectul de studiu al lingvisticii aplicate. Cercetarea în acest domeniu privește în special lexicul, terminologiile, aspectele formalizate, “ritualizate” ale discurs.

D. Din perspectiva relațiilor ce se pot stabili în și între discursuri se poate vorbi despre **metadiscurs**, **intradiscurs** și **interdiscurs**.

Aceste concepte caracterizează starea discursului care se află într-un continuu proces de negociere în cadrul unui spațiu saturat de cuvintele și enunțurile celorlalți.

Metadiscursul este un fenomen caracteristic atât interacțiunilor verbale spontane, cât și discursurilor elaborate fie orale, fie scrise.

Reprezentarea discursului ca un ansamblu format din două universuri distincte, unul interior – al intradiscursului și unul exterior – al interdiscursului- poate fi făcută doar dintr-o perspectivă teoretică. În realitate, intradiscursul și metadiscursul se intersectează cu interdiscursul, așa cum se poate vedea în cadrul dialogismului sau al eterogenității constitutive.

Metadiscurs ¹⁶² Se referă la posibilitatea pe care o are locutorul de a-și comenta enunțul chiar în cadrul enunțării sau poate avea ca obiect și discursul partenerului, pentru a-l confirma ¹⁶³ sau a-l reformula.	Interdiscurs ¹⁶⁴ Desemnează relațiile discursului cu ansamblul unităților discursive. În funcție de tipul dominant de relație interdiscursivă ¹⁶⁵ se pot delimita discursuri citate, discursuri anterioare (de același gen), discursuri contemporane aparținând unor genuri diferite etc.	Intradiscurs Desemnează conceptul opus interdiscursului și se referă la relațiile ce se stabilesc între elementele constitutive ale unui discurs.
---	---	---

Acest tabel trebuie completat cu următoarele precizări:

1) Principalele funcții ale metadiscursului sunt:

- de corectare
- autocorectare (*am vrut să spun...mai exact...*)
- de corectare a celuilalt participant al interacțiunii verbale (*vrei să spui de fapt că...*)
- de marcare a inadecvării anumitor cuvinte (*dacă se poate spune așa...într-un anume fel...*)
- de a elimina de la început (“din start”) o eroare de interpretare (*în sensul propriu al termenului...metaforic vorbind...în toate sensurile cuvântului...*)
- de a formula scuza (*dacă îmi pot permite să spun asta...nu-mi vine cuvântul...*)
- de a reformula anumite enunțuri (*altfel spus...în alți termeni...*)

2) Urmele interdiscursului în intradiscurs se regăsesc la nivelul preconstructului (vezi mai jos). Preconstructul este astfel asociat unei teze esențiale a Școlii franceze, aceea a existenței unei “disimulări” a interdiscursului prin discurs.

Principala caracteristică a unui discurs pare a fi **eterogenitatea** sa.

Un discurs nu este aproape niciodată omogen; el amestecă diverse tipuri de secvențe, lasă să transpară sub nenumărate forme subiectivitatea emițătorului.

Metadiscursul este o formă de manifestare a eterogenității enunțiative. Aceasta îmbracă două forme: **eterogenitate manifestă (sau reprezentată) și eterogenitatea constitutivă**¹⁶⁶:

Eterogenitate manifestă	Eterogenitate constitutivă
Corespunde unei prezențe detectabile a unui discurs în altul de-a lungul textului 1. formele marcate ale eterogenității (explicite) sunt semnalate de o manieră univocă: discurs direct, discurs indirect, ghilimele, glose¹⁶⁷ și indică un dezacord între emițător și spusele sale 2. formele nemarcate ale eterogenității care sunt identificabile pe baza indicilor textuali diverși sau grație culturii interlocutorului (discurs indirect liber, aluzii, ironie, pastişă etc.)	Discursul este dominat de interdiscurs¹⁶⁸. Problematika eterogenității constitutive este privită diferit de diverși cercetători¹⁶⁹: 1. Bahtin consideră că este manifestarea unui dialogism generalizat (cuvintele sunt întotdeauna cuvintele altuia, discursul este țesut prin discursul altuia) 2. Pêcheux (1975: 146)¹⁷⁰ se referă la psihanaliză și la concepția lui Althusser¹⁷¹ a ideologiei bazate pe primatul interdiscursului asupra oricărei formațiuni discursive 3. Authier-Revuz (1982)¹⁷² face referire la psihanaliza lui Lacan¹⁷²: subiectul este în mod ireductibil “sfâșiat” de inconștient, dar el trăiește în cadrul iluziei necesare a autonomiei conștiinței și a discursului său. 4. D.Maingueneau (1984: 30-34) consideră că identitatea unei formațiuni discursive este una și aceeași cu relația sa cu formațiunile discursive prin care își construiește identitatea¹⁷³.

CAPITOLUL III

UNIVERSUL DISCURSULUI

A. Principalele elemente care alcătuiesc universul discursului sunt câmpul discursiv, practica discursivă și memoria discursivă.

CÂMP DISCURSIV

Universul discursului poate fi văzut ca un ansamblu de discursuri care interacționează la un moment dat.

Acest univers poate fi decupat în câmpuri discursive distincte cum ar fi diferite școli filozofice sau curente politice care se confruntă, explicit sau nu, într-o anumită conjunctură¹⁷⁴. Câmpul nu este o structură statică, delimitată ci un ansamblu dinamic care-și poate schimba configurația. Un câmp nu are o organizare omogenă: există întotdeauna elemente dominante și elemente subordonate, poziții centrale și periferice¹⁷⁵.

Câmpul poate include subcâmpuri, de exemplu, în interiorul unui curent politic se poate înregistra o confruntare între diferite discursuri care urmăresc să dețină monopolul legitimității enunțative sau controlul comunicării.

Deoarece este dificil de realizat o investigație exhaustivă a unui câmp discursiv, analiza discursului urmărește cel mai adesea studiul subcâmpurilor/spațiilor discursive¹⁷⁶.

PRACTICĂ DISCURSIVĂ

Termenul “practică discursivă” este folosit pentru a sublinia faptul că discursul este o formă de acțiune socială¹⁷⁷.

Pentru Foucault¹⁷⁸ practica discursivă reprezintă “...un ansamblu de reguli anonime, istorice, întotdeauna determinate în timpul și în spațiul care au definit, pentru o arie socială, economică, geografică sau lingvistică dată, condițiile de exercitare a funcției enunțative”¹⁷⁹.

Unii autori¹⁸⁰ atribuie simultan acestui termen sensul de conținut, mod de organizare umană și rețea specifică de circulație a enunțurilor¹⁸¹.

MEMORIE DISCURSIVĂ

Faptul că o interacțiune verbală se desfășoară în timp determină construirea progresivă a unei memorii intertextuale: în fiecare moment discursul poate trimite la un enunț precedent. Aceasta reprezintă o proprietate intrinsecă a anumitor tipuri de discursuri (matematic, filozofic etc.). Cossuta (1989: 218) arată că, pentru domeniul filozofiei, de exemplu, lectorul trebuie în mod constant să reconstituie “lanțurile” care trimit la alte texte și/sau să reia continuu definițiile pentru a putea înțelege semnificația unui pasaj. În același timp însă, discursul este de asemenea “copleșit” de memoria altor discursuri¹⁸².

Analiza conversațională¹⁸³ recurge la noțiunea de istorie conversațională al cărei sens s-ar putea reda astfel: fiecare interacțiune nu este de fapt decât un episod dintr-un sistem mai vast, acela al suitei, șirului de interacțiuni care au avut deja loc între participanții la actul comunicațional.

Maingueneau (1984: 131) precizează că fiecare formațiune discursivă este prinsă într-o “memorie dublă”. Simultan sau în succesiune, o formațiune discursivă are o memorie externă prin plasarea sa în șirul unor formațiuni discursive anterioare. De-a lungul timpului ea este investită cu o memorie internă care se realizează prin enunțurile produse înainte în cadrul aceleiași formațiuni discursive.

Altfel spus discursul se sprijină pe tradiție dar își creează în timp propria tradiție.

Se poate considera că anumite discursuri au o relație privilegiată cu memoria. Astfel, discursurile literare, religioase, juridice...sunt hărăzite a suscita “cuvinte care le reiau, le transformă sau vorbesc despre ele”¹⁸⁴.

CUNOAȘTERE ENCICLOPEDICĂ

Pentru a înțelegea unui enunț trebuie puse în acțiune două componente:

- competența lingvistică
- cunoașterea enciclopedică (cunoașterea lumii extralingvistice).

În enunțul “Ion a vizitat America” cunoașterea enciclopedică ne permite să determinăm la ce se referă *Ion* și *America* și nu cunoștințele de gramatică sau de vocabular [v.script.]

Cunoștințele enciclopedice variază de la individ la individ și sunt deschise (ele se îmbogățesc în mod continuu).

SCRIPT¹⁸⁵

Este un concept împrumutat din domeniul Inteligenței artificiale (AI) și introdus¹⁸⁶ în analiza discursului pentru a structura cunoașterea enciclopedică.

Interpretarea celor mai multor enunțuri presupune de fapt cunoașterea șirului de acțiuni stereotipe verbale care se referă la un domeniu de activitate, care este înțeles dintr-un anumit punct de vedere.

De exemplu, scriptul “a lua avionul”, din punctul de vedere al călătorului, presupune cumpărarea biletului, deplasarea la aeroport, înregistrarea bagajelor etc. Pentru a înțelege un enunț banal ca: “*Am rămas la aeroport. Viza mea era expirată*”¹⁸⁷, trebuie să știi că înainte de a se urca în avion se trece prin filtre ca *vama*, *check in*, se arată pașaportul, se verifică viza, se aplică o ștampilă pe pașaport etc.

Stabilirea scriptului se lovește de o dificultate aparent insurmontabilă: imposibilitatea limitării cantității de informație necesară.

Cunoașterea unui script permite înțelegerea în cadrul unui text:

- a relațiilor temporale între diverse acțiuni
- definirea actorilor
- definirea obiectelor etc.

Cunoașterea unui script permite de asemenea anticiparea unor fenomene și/sau umplerea unor lacune ale textului.

Pentru aceasta sunt necesare următoarele operații:

- 1) recunoașterea unui script relevant;
- 2) identificarea acțiunilor indicate într-un text prin raportare la acest script;
- 3) umplerea lacunelor (stabilirea etapelor lipsă).

SCENĂ/SCENOGRAFIE

În analiza discursului din spațiul francofon¹⁸⁸ noțiunea de **scenă** este folosită constant pentru a se referi la maniera în care discursul construiește o reprezentare din propria sa situație de enunțare.

PARAVERBAL (PARALINGVISTIC)

În cadrul fluxului de semne al unei interacțiuni se disting atât materialul verbal (lingvistic), cât și materialul paraverbal (paralingvistic)¹⁸⁹: înălțime a tonului, intensitate articulatorie, pauze, suspine etc.

Domeniul paraverbal și cel verbal alcătuiesc un ansamblu care se opune non verbalului (apariție fizică, atitudine, distanță, gesturi, priviri etc.)

Este dificil de realizat o separare netă între verbal și paraverbal. Intonația, de exemplu, are adesea un rol în organizarea sintactică și determină interpretarea (cum ar fi spre ilustrare, în cazul unui ordin sau a unei întrebări).

De altfel, pentru multe producții vocale (*eh, mmh...*) nu se poate spune cu certitudine dacă avem de-a face cu verbal sau paraverbal. (Totul depinde de definiția domeniului verbal – dacă acceptăm sensul acestuia ca “tot ce se poate transcrie în cuvinte”¹⁹⁰).

MEDIOLOGIE/MEDIOLOGIC

Analiza discursului, urmând teoriile moderne ale comunicării¹⁹¹, postulează imposibilitatea separării “conținutului” discursului de “canalul/medium-ul” lui¹⁹². Debray (1991:14)¹⁹³ a propus constituirea unei discipline noi, mediologia, care să studieze relațiile existente între condițiile mediatice și difuzarea¹⁹⁴ ideilor “medierile prin care o idee devine forță materială”.

Chiar dacă mediologia nu s-a constituit ca o disciplină autonomă, luarea în considerare a dimensiunii mediologice este esențială în analiza discursului.

Modul de existență materială și modul de difuzare a unui discurs nu sunt “ingrediente” care se adaugă discursului ci intervin în constituirea acestuia: nu se poate separa ceea ce este spus de condițiile materiale și instituționale ale enunțării.

Comunicarea verbală prin canale multiple reprezintă un termen introdus în analiza discursului pentru a sublinia faptul că interacțiunea verbală este un sistem multicanal¹⁹⁵ la care subiectul participă în continuu, cu voia sau fără voia lui, prin cuvinte, posturi, distanță, vestimentație etc.

Termenul se aplică și domeniului scris în care hârtia, caracterele tipografice, ilustrațiile etc. joacă un rol esențial în interpretarea discursului. (vezi paratext).

Analiza discursului are de rezolvat două probleme extrem de sensibile: pe de o parte, problema armonizării rolurilor acestor canale diferite în cadrul unei interacțiuni și, pe de altă parte, problema notării/transcrierii fenomenelor simultane care aparțin unor canale diferite în vederea evaluării.

PARADIGMĂ DEFINIȚIONALĂ vs PARADIGMĂ DE DESEMNARE

Discursul care-și propune transmiterea cunoștințelor (mediatic, în special) poate fi studiat din perspectiva lui Mortureaux (1993) prin delimitarea în cadrul unui corpus determinat¹⁹⁶ a două tipuri de paradigme:

1)paradigma definițională - grupează definițiile, parafrazele, glosele unui termen. - Elementele acestei paradigme sunt semnalate prin elemente ca “<i>a numi, a semnifica, cu alte cuvinte...adică etc.</i>”; - paradigma definițională presupune o explicitare a echivalenței dintre termeni	2)paradigma de desemnare - rezultă din anafemalele lexicale în care o unitate este reluată de alta considerată drept sinonimă¹⁹⁷ - nu este clar delimitată; - apare, mai ales, în discursul de vulgarizare - studiul lor este interesant pentru analiza discursului mediativ, politic, publicitar etc.
---	---

RELEVANȚĂ/PERTINENȚĂ

Acest concept¹⁹⁸ joacă un rol important în analiza discursului.

1. Un sens al termenului caracterizează relația dintre un enunț și situația în care acesta se înscrie: pertinent este enunțul adecvat contextului său (care este produs de un locutor adecvat care se adresează unui locutor care este adecvat într-un moment și loc care sunt adecvate)¹⁹⁹.

2. Sperber și Wilson (1989) au dezvoltat o teorie a comunicării în cadrul căreia conceptul de relevanță ocupă un loc central.

Pentru ei, a comunica presupune o intenție de schimbare a contextului de enunțare. Aceasta se realizează mai ales cu ajutorul inferențelor pe care le face coemițătorul punând în interacțiune noile informații aduse de enunț cu informațiile deja avute.

Cu cât informațiile pe care le aduce un enunț conduc la o modificare a contextului, cu atât acest enunț este mai relevant.

Pe de altă parte, un enunț care aduce o informație legată de context dar deținută deja de participanții la schimbul verbal nu va avea relevanță.

Un enunț nerelevant poate să se dovedească relevant dacă este destinat realizării unei inferențe la nivelul subînțeleșului partenerului, de ex. faptul că o conversație a durat cam mult.

Principiul relevanței, conform căruia “o informație comunicată este dotată cu o garanție de relevanță” [Sperber și Wilson (1989:7)] reglează ansamblul comunicării. Ghidat de acest principiu, coemițătorul tinde să trateze cât mai eficient posibil informația cea mai relevantă dintre cele pe care le are la dispoziție: ”Cerând atenția celuilalt, orice comunicator lasă să se înțeleagă că mesajul său este relevant. Sarcina destinatarului este atunci de a construi o interpretare a mesajului în stare/adecvată să confirme acesată presupuziție a relevanței ”.

B. Universul interior al discursului se poate descrie pe baza noțiunilor de **preconstruct, implicit, presupuziție, subînțeleș, implicatură, inferență**.

PRECONSTRUCT²⁰⁰

Termenul preconstruct se referă la acea dimensiune a discursului pe care acesta se sprijină, pe care o prezintă ca firească și care se sustrage aserțiunilor emițătorului. Preconstructul are o deschidere mult mai largă decât cea a termenului presupuziție pe care îl integrează; de exemplu, preconstructul privește anumite enunțuri anterioare din cadrul aceleiași formațiuni discursive sau dintr-o formațiune adversă.

Preconstruct este deci noțiunea care acoperă “urmele elementelor discursive anterioare într-un discurs, *urme*(subl.ns.) de care emițătorul a uitat”²⁰¹.

Acestor urme li se atribuie un efect de evidență pentru subiect:

- grupuri nominale cu articole hotărâte: *patronatul, sindicatul, proletariatul etc.*
- apozitii: SUA, care este țara drepturilor omului, trebuie să...
- nominalizări: *reducerea/scăderea șomajului, creșterea economiei, cursa înarmărilor etc.*

Într-o perspectivă mai largă, preconstructul este ceea ce discursul pretinde a purta în el și ceea ce aduce la suprafață. Unitatea de semnificație pe care discursul o construiește plecând de la preconstruct se folosește pentru a desemna orice conținut admis de către o colectivitate, și, în acest caz, termenul interferează și/sau se suprapune cu termeni precum: prejudecată, stereotip, topoi, script etc.

IMPLICIT (vezi presupuziție, inferență, subînțeleș)

Domeniul implicitului se referă la conținuturile care nu constituie în principiu obiectul enunțării dar care apar prin conținuturile explicite.

Se disting:

1. implicat semantic (atașate materialului lingvistic)
2. implicat pragmatic (interlocutorul pune în relație enunțul și contextul său făcând apel la legile discursului)

Problematica implicatului se leagă de actele de limbaj indirecte și de figurile semantice (tropi).

1. Forța ilocuționară a unui enunț poate fi comunicată indirect prin intermediul implicatului.
 - a) Implicatul poate fi codificat/înscris în limbă (de ex., în enunțul *Vrei să închizi ușa?* Unde *vrei* determină automat interpretarea întrebării ca o cerere);
 - b) (implicatul poate rezulta din context, adică să fie un subînțeles (de ex. afirmația *este cald* poate fi un mod de a cere permisiunea de a se dezbrăca).
2. Retorica clasică vede în tropi figurile cu schimbare de sens (metafora, metonimia, sinecdoca, hiperbola, litota, ironia etc.). Implicatul apare acolo unde există o opoziție între sensul literal și cel figurat, la nivelul interlocutorului.

Unii cercetători²⁰² arată că ceea ce este remarcabil la figurile semantice este faptul că sub presiunea unui context specific se realizează “conversia unui conținut derivat în conținutul denotat”.

Sensul literal nu dispare, ci se plasează în plan secund.

PRESUPOZIȚIE

Presupoziția reprezintă una dintre cele două mari forme ale implicatului, și anume cea care este înscrisă în structura lingvistică²⁰³.

În mod tradițional, presuposiția se definește cu ajutorul unui test de negație: “O frază p presupune o frază q, dacă q rămâne adevărată atunci când p este negată. Presuposițiile lui p reprezintă ansamblul de fraze Q al cărui adevăr nu poate fi pus în discuție prin negarea lui p”²⁰⁴.

Astfel, în enunțul “Ion a încetat să bea” se spune că propoziția “Ion bea mai demult” este presupusă, deoarece se poate face o inferență în egală măsură asupra ei plecând de la “Ion nu a încetat să bea”.

La fel, în “Ion a văzut Muzeul Brâncuși la Hobița”, presuposiția existențială “Există un Muzeul Brâncuși la Hobița” se sustrage negației.

Există de asemenea presuposiții legate de organizarea tematică a enunțurilor:

“Ion a făcut turul României cu bicicleta” poate avea două teme: 1 presuposiția Ion a făcut turul României (tema pusă: cu bicicleta) sau 2 presuposiția Ion a făcut ceva cu bicicleta (tema pusă: turul României)

Acest tip de presuposiții nu este înscris în enunț, el depinde de maniera în care se dezvoltă textul.

Deoarece prin negarea enunțului nu sunt atinse presuposițiile, ne putem servi de presuposiții pentru a introduce prin zona conținuturilor ceea ce se pretinde a se sustrage contestării (vezi preconstruct). Astfel, în desfășurarea discursului, nu se poate atribui o înlănțuire pe presuposiții, ci numai pe ceea ce este temă prezentă în discurs.²⁰⁵

Ducrot (1984:232) propune o interpretare polifonică a presuposițiilor, considerând că responsabilitatea presuposițiilor nu este atribuită locutorului, care, în schimb își asumă direct cele spuse, ci unei instanțe de enunțare anonimă, la care s-ar putea “afilia” subiectul vorbitor.

Întrebarea legitimă este ce statut se poate acorda enunțurilor ale căror presupoziii sunt false: sunt într-adevăr false sau scapă controlului, evaluării?

Și statutul presupozitiilor este discutabil, el depinde de conținuturi și de condițiile de folosire a enunțului.

Ducrot (1972: 91) consideră că: ”a presupune un anumit conținut înseamnă a plasa acceptarea acestui conținut drept condiție a unui dialog ulterior” (accentul este pus pe activitatea emițătorului, care, prin discursul său, caută să-l ”închidă” pe receptor, să-l îngrădească, să-i reducă ”gradele de libertate” ale interpretării etc.)

Pe lângă presupozitiile înscrise în enunț se poate vorbi și despre presupozitiile pragmatice, care sunt atașate enunțării discursului. Aceasta înseamnă că un act de limbaj pe care enunțul pretinde a-l îndeplini depinde de anumite condiții de realizare. De exemplu, simplu fapt de a pune o întrebare presupune, din punct de vedere pragmatic, că emițătorul nu cunoaște răspunsul, că acesta prezintă interes pentru el, că se gândește că partenerul la interacțiunea verbală ar putea să-l dețină, că acest partener poate să se exprime etc. Și la acest nivel, partenerul poate contesta presupozitia, prin agresivitate (afișată prin intermediul unor forme diverse): “*de ce întrebi asta? Parcă nu ai ști deja!*”

SUBÎNȚELES

Subînțelesul, spre deosebire de presupozitie, reprezintă un conținut pragmatic implicit, adică inferențe scoase din context de către partener cu ajutorul raționamentului mai mult sau mai puțin spontan care se sprijină pe principiile (legile discursului) care dirijează activitatea discursivă.

În schimbul verbal următor:

A: Vii la discotecă?

B: Mama e bolnavă.

Răspunsul B încalcă legile discursului care prescriu ca răspunsul să fie adecvat întrebării. Locutorul A va presupune de aici că B respectă totuși această regulă și că răspunsul său este destinat a livra un conținut implicit, de ex. că B nu va merge la discotecă fiindcă trebuie să se ocupe de mama sa. Locutorul A face deci o inferență, mobilizează un subînțeles, în sensul etimologic al termenului. Aceasta se poate realiza deoarece fiecare dintre parteneri postulează faptul că celălalt cunoaște (intuitiv) legile discursului și știe că și partenerul său le cunoaște.

Subînțelesul are deci trei caracteristici:

1. existența sa este legată de un context particular;
2. este descifrat grație calculului procesării partenerului
3. emițătorul poate oricând să-l recuze, refugiindu-se în spatele sensului literal.

Grice (1975) a teoretizat acest tip al implicitului, pe care l-a denumit *conversational implicature* (vezi implicatură).

Există, de asemenea, și alte tipuri de subînțeles:

Récanati (1981: 146) distinge trei forme:

- 1) a lăsa să se înțeleagă,
- 2) a da să se înțeleagă,
- 3) a subînțelege.

INFERENȚĂ

Operația logică de trecere de la un enunț la altul, în care ultimul enunț este dedus din primul, cunoaște în analiza discursului două forme principale:

1. Inferență legată de implicitul semantic și pragmatic Se desemnează propozițiile implicite pe care interlocutorul le poate deduce dintr-un enunț, sprijinindu-se pe acest enunț sau pe alte informații luate din contextul enunțării.	2. Inferență legată doar de implicitul pragmatic , de cel care depinde de un context anumit de enunțare (vezi presuposiție, subînțeles).
---	---

IMPLICATURĂ

Concept introdus de H.P.Grice pentru a desemna un tip de deducție pragmatică.

Se disting:

Implicaturi convenționale Desemnează un grup de presuposiții asociate, în cadrul unui comportament convențional, cu uzul anumitor forme lingvistice ²⁰⁶	Implicaturi conversaționale - se bazează pe luarea în considerare a naturii cooperative a schimburilor verbale - reprezintă strategii conversaționale curente, folosite pentru a transmite mai mult sau chiar altceva decât exprimă literal enunțurile Pot fi: 1. standard (se bazează pe capacitatea interlocutorului de a amplifica prin deducții cele spuse în interacțiunea verbală și pe respectarea maximelor conversaționale) 2. non-standard (figurile de stil, bazate pe încălcarea intenționată a unor maxime conversaționale²⁰⁷)
--	---

CAPITOLUL V

“ACTORII”

Pentru a înțelege mai bine tipologia “actorilor” discursului vom prezenta două concepte de bază ale acestei categorii: **subiectivitate și ethos**.

I. Subiectivitate și ethos

I.1. Subiectivitate

Subiectivitatea poate fi înțeleasă mai bine prin introducerea unei distincții între un sens larg și unul restrâns.

I.1.a. **Subiectivitatea „în sens larg”**, se referă la prezența, marcată prin indici lingvistici speciali, a locutorului în enunț. E. Benveniste numește toți acești indici “indicatori de subiectivitate”.

Printre cei mai importanți indicatori ai subiectivității se numără ambreiorii.

Un ambreior²⁰⁸ este o unitate lingvistică a cărei valoare referențială depinde de mediul spațio-temporal al ocurenței sale. De exemplu, “eu” este un ambreior deoarece referentul său este identificat cu individul care, la fiecare ocurență, în fiecare eveniment enunțiativ se găsește în situația de a spune “eu”. Această categorie acoperă în special:

- a) persoanele lingvistice (eu-tu)
- b) demonstrativele (această carte, acela etc.)
- c) timpurile verbale (trecut, prezent, viitor)

Din punctul de vedere al analizei discursului, ambreiorii permit opunerea

- enunțurilor care își organizează reperajele în funcție de situația de enunțare;
- enunțuri care își organizează reperajele printr-un joc al trimiterilor interne în cadrul enunțului.

Regăsim aici distincția tradițională plan ambreiat/plan non ambreiat, introdusă de Benveniste (1966) între discurs și “istorie/povestire”²⁰⁹.

Din această perspectivă, restrângerea aplicării noțiunii de discurs la enunțurile cu ambreiori este neadecvată, pentru că exclude din câmpul discursului enunțurile fără ambreiori.

Pentru a rezolva această problemă, D. Maingueneau (1993) a propus distincția dintre

- planul ambreiat (ex-discursul)
- planul non ambreiat (ex-povestirea).

În acest caz, termenul povestire este atribuit enunțurilor non-ambreiate narative. Astfel, definiția de dicționar, proverbul etc., care sunt lipsite de ambreiori, aparțin planul non-ambreiat, dar nu povestirii.

Prezența locutorului în enunț este mai mult sau mai puțin vizibilă. Există o gradație evidentă între textele saturate de subiectivitate enunțiativă și textele în care prezența locutorului tinde să se șteargă. “Urmele” lingvistice ale acestei subiectivități sunt multiple. Kerbrat-Orecchioni²¹⁰ (1980:32) a propus ca aceste urme să fie numite **subiectiveme**.

Domeniul ambreiorilor trimite la problema unui punct de reperaj al expresiilor care se referă la realitatea extralingvistică.

Ambreiorii (de persoană, de timp, de loc) indică faptul că enunțul este reperat prin raportare la evenimentul care constituie actul de enunțare al subiectului vorbitor.

Se poate face astfel distincția dintre:

- reperaje subiective ca *ieri, aici*
- reperaje obiective, cum ar fi *23 ianuarie 1960 la București*

I.1.b. **Subiectivitatea „în sens restrâns”**, se referă numai la acei indici care introduc în enunț sentimentele și atitudinea subiectului vorbitor cu privire la conținutul enunțului. În această accepție, se disting două tipuri de subiectivitate:

- afectivitatea, ca manifestare în enunț a sentimentelor locutorului (vezi afectiv, afectivitate);
- modalitatea, ca manifestare în enunț a atitudinii, a evaluării, a aprecierii subiective realizate de locutor (vezi apreciativ, modalizare).

Problema cuvintelor care sunt “purtătoare” de sens în domeniul evaluării trimite la:

Termeni peiorativi²¹¹ și ameliorativi²¹² care permit exprimarea unor judecăți de valoare implicite. În cazul verbelor care introduc discursul raportat, judecățile explicite sunt adesea mascate: “*a pretinde că...*” presupune că propoziția introdusă este neadevărată, “*a mărturisi că...*” presupune că se referă la ceva de blamat etc.

Kerbrat- Orecchioni (1980:84) le distribuie în două clase:

Afective ²¹³	Evaluative
----- care exprimă simultan atât proprietatea unui lucru, fenomen etc., cât și reacția emoțională a emițătorului (<i>formidabil, nostim, emoționant, genial</i> etc.); cuvintele afective sunt numeroase în special în domeniul adjectivelor.	----- evaluative non axiologice care presupun o evaluare în spiritul unei norme (<i>mare, cald, suplu</i> etc.) dar nu și o judecată de valoare; evaluarea tinde să se încadreze în percepția normală a realității extralingvistice ----- evaluative axiologice care adăugă aprecierii medii în spiritul normei o judecată de valoare cu sens pozitiv (<i>frumos</i>) sau negativ (<i>derizoriu</i>).

În concluzie, trebuie subliniat faptul că aceste mărci ale subiectivității sunt înscrise în limbă dar, în planul discursului, în condițiile unei focalizări contextuale, se poate întâmpla ca termeni neutri în general, *a priori*, să-și schimbe valoarea și să capete sensuri pozitive sau negative.

2. Ethos

Noțiunea de ethos propusă de Aristotel (*Retorica* 1378) este imaginea despre sine pe care o propune implicit oratorul în și prin discursul său. La crearea acestei imagini contribuie modul în care oratorul vorbește (intonații, gesturi, ținuta etc.). Credibilitatea oratorului nu se afirmă, ci se arată prin discurs.

Ducrot (1984: 200) reformulează din perspectivă pragmatică această noțiune: în cadrul ethos-ului avem de-a face cu personajul care vorbește și nu cu individul considerat independent de actul enunțării sale.

Analiza discursului folosește noțiunea de ethos, în special, pentru a susține o direcție de cercetare opusă celei structuraliste. Ethosul se referă la asumarea responsabilității discursului de către orator.

D. Maingueneau [1984, 1991, 1993] consideră că orice discurs, oral sau scris, presupune cu necesitate prezența ethosului, care propune o anumită imagine a oratorului drept garant al discursului:

- vorbele oratorului fac parte dintr-un sistem global (modul de mișcare, de a se îmbrăca, de a intra în relație cu ceilalți etc.)
- oratorului i se atribuie un caracter, un ansamblu de trăsături psihologice (sever, simpatic, arogant, jovial etc.)
- oratorului i se atribuie o corporalitate (un ansamblu de trăsături fizice și vestimentare).

Autorul²¹⁴ consideră că cele două trăsături, caracter și corporalitate, sunt inseparabile și se sprijină pe stereotipuri evaluate pozitiv sau negativ în cadrul unei colectivități în care are loc enunțarea.

Ethosul nu poate fi izolat de ceilalți parametri ai discursului deoarece contribuie într-un mod decisiv la legitimarea acestuia.

Astfel, diferențele între genuri de discurs sau între poziționări diverse din același câmp discursiv nu sunt numai o problemă de conținut ci, în special, de ethos: de ex., un anumit discurs politic implică un ethos profesoral, altul implică un ethos elitist sau din contră populist etc.

3. Subiect vorbitor, locutor și emițător

Termenii folosiți în analiza discursului pentru a-i desemna pe participanții la o interacțiune verbală sunt adesea marcați de imprecizie. În acest capitol vom încerca să realizăm delimitări utile pentru înțelegerea acestor termeni.

Locutor este un termen folosit adesea ca sinonim²¹⁵ al lui emițător.

Ducrot (1984:VIII) introduce distincția dintre **subiect vorbitor**, **locutor** și **emițător**.

Subiectul vorbitor reprezintă o ființă empirică, individul care realizează din punct de vedere fizic enunțul (il enunță).

Locutorul este o ființă a discursului, instanța căreia îi revine responsabilitatea discursului. Astfel, în discursul direct subiectul vorbitor nu ia asupra sa sarcina discursului citat, dar ia în considerare aserțiunea că cineva a spus cuvintele raportate. De asemenea, în discursurile-ecou, unde se reiau cuvintele interlocutorului²¹⁶, subiectul vorbitor nu este prezentat ca responsabil de enunțul ecou.

În cazul discursurilor ambreiate este vorba de absența reponsabilității prin ștergerea totală a oricărui locutor.

Diferența dintre **locutor** și **emițător**, din punctul de vedere al lui Ducrot, este mai puțin clară. Această diferență este destinată a acoperi fenomenele de lipsă a responsabilității mai subtile precum ironia și negația polemică. În ironie, de exemplu, locutorul este responsabil de “cuvinte” dar nu și de “punctele de vedere” pe care le susține enunțul: aceste puncte de vedere ar fi atribuite unui personaj, emițătorul, adus în scenă de enunțarea ironică.

4. Coemițător²¹⁷

Termenul a fost introdus de lingvistul A.Culioli în locul termenului receptor/destinatar pentru a sublinia că cei doi parteneri joacă un rol activ și enunțarea este de fapt coenunțare.

Astfel, când emițătorul vorbește, coemițătorul comunică de asemenea: el se află prins într-un joc în care încearcă să se pună în locul emițătorului pentru a interpreta enunțurile și a-l influența constant prin reacțiile sale.

(a) Ansamblu de elemente care contribuie la acest joc în comunicare este descris de termenul **reglator**.

Termenul este folosit în analiza conversațională pentru a desemna “contribuțiile lingvistice ale receptorului care nu provoacă întreruperea vorbirii locutorului principal”²¹⁸. Aceste elemente: *ah bine, da ...da, ia te uită! Hm..hm* fac parte dintr-o activitate numită de Cosnier²¹⁹ (1985) **reglare**, prin care receptorul/partenerul indică faptul că ascultă, înțelege, ia în considerare etc. cele spuse. Altfel spus, că își joacă rolul de partener la interacțiunea verbală. Semnalele care aparțin acestei funcții aparțin și domeniului non-verbal: mișcările (aprobatore sau nu) de cap, surâsurile, mișcările globilor oculari, schimbarea posturii corpului etc.

Tipologia²²⁰ reglatorilor distinge:

- reglatori verbali: *ia te uită, așa deci...* care sunt reperabili ca unități ale limbii
- reglatori vocali: *mmm, hmm*, emisii sonore în care nu se pot identifica unități lingvistice

Acești reglatori au următoarele funcții:

- a încuraja locutorul să continue
- a indica dificultăți de înțelegere a discursului
- a semnaliza intenția receptorului de a se “înscris la cuvânt” sau a pune punct interacțiunii verbale etc.

(b) Unii cercetători consideră reglatorii drept o categorie mai largă care include atât reglatorii, cât și elementele **factice**.

Antropologul Malinowski (1923) a introdus noțiunea de “**comunicare fatică**” pentru acele utilizări ale discursului care au drept scop esențial menținerea legăturii sociale (schimburile asupra stării vremii²²¹, salutări²²², complimente²²³...): “Un tip de discurs în care legăturile de unire sunt create de un simplu schimb de cuvinte”²²⁴. În această direcție, R. Jakobson²²⁵ (1963:217) a făcut din “funcția fatică” una dintre funcțiile limbajului: “stabilirea și menținerea comunicării”.

Problema comunicării factice revine în prim plan în studiile de etnografie a comunicării și în cele ale analizei conversaționale.

Unii autori²²⁶ folosesc termenul fatic în legătură cu “ansamblul de procedee de care se folosește un vorbitor pentru a-și asigura ascultarea din partea destinatarului”.

Aceste factice nu sunt în mod necesar de natură verbală (*vezi, nu e așa?, ha?*), ci pot aparține domeniului non-verbalului (priviri, mimică etc.).

Se poate stabili deci o simetrie între actele factice și reglatorii emiși de coemițător.

(c) Orice emițător este, de asemenea, și propriul coemițător, care controlează și, eventual, corectează ceea ce a zis. Acest control și corectare a comunicării se referă, în primul rând, la posibilitatea reformulării în cadrul discursului.

În cel mai larg sens, prin **reformulare** se înțelege transformarea unei unități discursive de o lungime variabilă (de la cuvânt la text) într-o altă unitate care este considerată echivalentă din

punct de vedere al semnificației. Echivalența poate îmbrăca mai multe forme. Această operație ia forme diverse în funcție de:

- nivelul la care are loc,
- tipul de discurs asupra căruia se realizează
- natura acestei transformări.

Unii autori²²⁷ au propus o distincție între:

- a) reformulare care operează în interiorul aceluiași mediu (de la oral la oral, de la scris la scris...)
- b) transcodaj: care trece de la un mediu la altul (de la scris la oral, de la verbal la film etc.).

O tipologie a reformulărilor distinge reformularea intradiscursivă și reformularea interdiscursivă.

Reformulare intradiscursivă	Reformulare interdiscursivă
Emițătorul pune în relație două unități succesive ale discursului său considerate ca echivalente. Forme: - autoreformulare: emițătorul își reformulează propriile enunțuri, prin substituție și/sau parafrază explicativă. Ea este semnalată prin elemente de marcare de tipul: <i>adică, înțeleg prin asta..., altfel spus..., într-un cuvânt, ... pe scurt, bref...</i> Domeniul reformulării este adesea asimilat celui al corecției, în care înlocuirea unei unități prin alta, socotită mai adecvată (<i>mai degrabă..., vreau să spun...</i>) - heteroformulare a cuvintelor partenerului (<i>vrei să spui că...</i>)	Implică transformarea unui text într-altul. Forme: - autoreformulare: autorul este sursa care o produce (cazul autorului care face un rezumat al propriului articol): - heteroformulare: alt emițător este sursa (cazul jurnalistului care “vulgarizează” o informație științifică²²⁸ sau a criticului care face rezumatul/recenzia unui roman). Reformularea interdiscursivă se încadrează în problematica mai vastă a hipertextualității (parodie), dar și a vulgarizării, prin intermediul cărora se transformă un text în alt text “echivalent” destinat unui public mai mult sau mai puțin specializat: - rezumatul, se propune un echivalent condensat - traducerea sau transpunerea dintr-un registru al limbii în altul

Reformularea poate fi privită din mai multe puncte de vedere:

Concepție instrumentalistă asupra reformulării În cadrul dinamicii interacțiunii verbale reformularea îi permite emițătorului să negocieze asupra obstacolelor pe care le întâlnește (fie că este vorba de ipoteze asupra identității sau asupra cunoștințelor partenerului său²²⁹), fie de probleme legate de imagine²³⁰.	Tentativă de a controla punctele slabe în care ar putea avea loc o alunecare spre o zonă exterioară formațiunii discursive Emițătorul încearcă să delimiteze granițele propriei identități croindu-și un drum prin interdiscurs spre vorbele celuilalt²³¹.
---	--

Noțiunea de coemițător se înscrie perfect în concepția interacțională asupra limbajului, pentru care “orice discurs este o construcție/operă colectivă” (Kebrat-Orecchioni 1990:13). Identificarea coemițătorului nu este simplă întotdeauna; nu este suficient să asculți un discurs pentru a fi coemițător (cadru participativ).

Trebuie de asemenea făcută distincția între coemițătorul auditor, care poate acționa imediat asupra emițătorului și coemițătorul lector²³² (vezi opoziția oral/scriș).

Se disting, de asemenea, noțiuni operaționale cum ar fi:

- coemițător ideal, model
- coemițător real (public).

Coemițător ideal, model Pentru a enunța, locutorul este de fapt obligat să-și construiască o reprezentare a coemițătorului ideal (cu o anume cunoaștere a lumii, cu anumite prejudecăți etc.) În comunicarea orală, locutorul poate modifica această reprezentare în cursul enunțării în cazul în care coemițătorul emite semnale divergente. Din momentul în care emițătorul se adresează unui auditoriu compozit (cazul conferențiarului, al jurnalistului radio, tv etc.), reprezentarea coemițătorului ideal/model este supusă constrângerilor genului de discurs. Prin studiul unui discurs se poate, pe baza unor indici diverși, să se reconstruiască coemițătorul model –ținta vizată.	Coemițător real (public) În ceea ce privește publicurile (adică coemițătorii reali așa cum sunt înțeleși de istorici sau de sociologi), acestea diferă în mod fundamental de coemițătorul ideal/model construit prin discurs. Conservarea textelor mărește această distincție: multiplele publicuri care au auzit apelul din 18 iunie al generalului de Gaulle nu sunt coemițătorul ideal construit atunci de generalul de Gaulle. Acest lucru este cu atât mai evident în cazul operelor literare care circulă de secole. Teoriile “receptării”²³³ studiază schimbările pe care aceasta le antrenează în cazul lecturii operelor, variațiile “orizonturilor de așteptare” ale lectorilor.
--	--

Punerea în discuție a unicității subiectului vorbitor reprezintă o problemă înscrisă în aceea mai largă a eterogenității discursive prin introducerea termenului de **polifonie**.

5. Polifonie²³⁴

Generozitatea conceptului a fost intens exploatată de lingviști (O.Ducrot) pentru a explica diversitatea cazurilor în care cel care produce “material” (adică în mod real) discursul nu îl are totuși în grija sa, nu este responsabil pentru discursul realizat.

Dintr-o perspectivă mai largă, problematica polifoniei este inclusă în fenomenele de ordin textual precum *pastișa*²³⁵, *parodia*²³⁶, *proverbul*²³⁷...Atunci când se enunță un proverb se dă de fapt enunțul său drept garanție pentru o altă instanță – “Înțelepciunea populară”- care se aduce în scenă prin cuvintele sale și care participă indirect, în calitate de membru al comunității lingvistice.

Roulet *et al.* 1985 face o distincție utilă între **diafonie** (reluare, într-un discurs al locutorului, a cuvintelor efective sau virtuale ale partenerului său- coemițător) și *polifonia propriu-zisă* (citarea vorbelor altor emițători, a terților).

Pentru a caracteriza pe de o parte, modul de acțiune posibil în cadrul unei comunități și, pe de altă parte, identitatea partenerilor de discurs, analiza discursului face apel la două concepte împrumutate din sociologie: rol și statut.

6. STATUT

Acest termen se referă la identitatea partenerilor de discurs.

Unii autori²³⁸ pun în relație de opoziție **locul** (care se referă la statutul socio-economic “pe care sociologia îl poate descrie mănunchiul relații obiective caracteristice: patron, angajat etc.”) și “**formațiunile imaginare**”²³⁹ (adică imaginea pe care participanții la discurs “și-o fac despre propriul loc și despre locul celuilalt”).

(a) Unii cercetători²⁴⁰ folosesc termenul **loc** pentru a desemna de o manieră foarte largă rolurile instituite în discurs, insistând asupra faptului că loc trebuie să fie gândit ca un raport al locurilor: “Nu există vorbă care să nu fie emisă de un loc și care să nu convoace interlocutorul la un loc corelativ”²⁴¹.

Raporturile de locuri nu sunt, de aceea, creații libere ale subiectului, ele sunt instaurate plecând de la un sistem de locuri prestabilit.

(b) Din această perspectivă o importanță covârșitoare o au **condițiile de producere a discursului**²⁴².

Această noțiune preluată din psihologia socială a fost reelaborată în cadrul analizei discursului de Pêcheux (1969: 16-23) pentru a desemna nu numai mediul material și instituțional al discursului, ci în plus reprezentările imaginare pe care și le fac partenerii într-o interacțiune cu privire la identitatea lor și la referentul discursului lor.

Aceste reprezentări imaginare se constituie prin intermediul celor care au fost deja spuse și/sau deja înțelese²⁴³. Pentru Pêcheux și Fuchs (1975: 24) aceste reprezentări sunt iluzorii căci experiența trăită de subiecți este “informată, constituită prin structura ideologiei” care o determină.

Unii analiști²⁴⁴ consideră conceptul “condiții de producere a discursului” prea psihologizantă și, fiindcă neglijează “analiza istorică a contradicțiilor ideologice”, ar vehicula concepția eronată a subiectivității care ar dirija discursul.

7. ROL

Metafora shakespeariană “lumea e o scenă și noi toți suntem actorii ei”²⁴⁵ joacă un rol important în diverse abordări interacționiste, în special, în etnometodologie.

Goffman (1973) vede în comunicare o punere în scenă în care actorii își prezintă o imagine a lor pe care sunt determinați să o păstreze pe tot parcursul interacțiunii verbale (vezi imagine/face). El definește rolul drept “un model prestabilit de acțiune care se dezvoltă în timpul reprezentării și care poate fi prezentat sau utilizat și în alte ocazii” (1973: 23).

Cahraudeau (1993) consideră discursul drept “o punere în scenă a limbajului”.

Se pot opera mai multe distincții din perspectiva zonei de unde vine enunțul în funcție de:

- poziția pe care o ocupă participanții la o interacțiune
- statutul social al participanților considerați independent de o anumită interacțiune (vârsta, sexul, profesia, situația familială etc.)
- rolul pe care îl joacă în schimbul verbal.

În ceea ce privește tipologia rolurilor se disting:

- roluri propriu-zis discursive, care sunt ocazionale (sfătuitor, agresor, conciliator, mediator etc.)
- roluri instituționale, care sunt asociate la diverse genuri de discurs, și sunt relativ stabile (tată în cadrul interacțiunii tată-copil; doctor în interacțiunea cu un pacient; broker în interacțiunea bursieră etc.).

Profesiunea oficială nu este obligatorie pentru a asigura un rol (cel care învață pe cineva ceva poate să nu fie profesor).

De altfel, rolurile sunt în permanență concepute în relație cu statutele: un patron aflat în interacțiune cu un subordonat jucând rolul de confident rămâne totuși șef, cu toată ambiguitatea pe care acesată situație o antrenează.

Cel mai important pare a fi modul în care participanții instituie relația, dinamica procesului discursiv.

Negocierea și construirea locului fiecăruia se face doar în și prin interacțiunea verbală.

Dar anumite roluri sunt puternic fixate: astfel relația dintre scriitor și cititorul său, relația dintre preot și credincios, enoriaș etc. în cursul oficeriei unei slujbe, săvârșirii unei taine²⁴⁶ etc.

Charaudeau (1991) distinge:

- rolul social (care asociază un anumit statut unei anumite situații de comunicare);
- rolul comunicațional (de limbaj).

De ex. un profesor (statut) are în clasă (situație) rolul social de a-i învăța pe elevi.

Acest rol social este, în general, asociat cu diverse roluri de limbaj (a explica, a întreba, a sfătui etc.).

Rolul comunicațional poate să corespundă unor roluri sociale diverse (tatăl și copilul său, ofițerul în timpul unui exercițiu, un patron față de subordonații săi ... pot da ordine).

Participanții la o interacțiune verbală pot fi mai mulți decât doi și rolul lor în schimbul verbal poate fi variabil.

8. Supradestinatarul

O poziție importantă o ocupă **supradestinatarul**²⁴⁷: “vocea celui care ar fi reprezentantul ideal, cel mai tipic” al clasei sociale căreia îi aparține locutorul. Adaptarea conceptului din perspectiva analizei discursului științific de către Moirand (1988:458) face referire la “un soi de arhetip al conștiinței colective al doemului științific căruia îi aparțin autorul sau în care ar dori să aibă acces”. Rafinarea conceptuală se datorează lui Peytard-Moirand (1992:458) și se referă la supradestinatar ca la reprezentarea “arhetipului grupului căruia îi aparține sau la care visează/aspiră să aparțină”. Această reprezentare reglează modul în care emițătorul își elaborează discursul²⁴⁸.

9. Cadru participativ

Pentru a explica aceste roluri (Goffman 1987) introduce termenul de **cadru participativ**²⁴⁹. Goffman distinge participanți confirmați și martori:

Participanți confirmați	Martori ²⁵¹
- care sunt direct implicați în interacțiune - locutorul le oferă acestora, în general, diverse indicii pentru a le arăta că li se adresează direct (poziția capului, a corpului, privirea)²⁵⁰	- care ascultă dar sunt în afara jocului comunicațional - pot fi identificați de interlocutor sau “ecranați” prin diverse mijloace, și astfel ascultă fără știrea emițătorului.

Cadrul participativ al conversației poate fi completat cu prezența **terțului vorbitor**²⁵². Acest termen desemnează “un ansamblu nedefinit de enunțuri ale participanților la o interacțiune verbală, a căror urmă este manifestată prin formulări de tipul: “*se spune că...se pretinde că...prietenul meu a spus că...oamenii zic că...*”. Aceste enunțuri aparțin masei interdiscursive, din care sunt împrumutate de agenții schimbului verbal pentru a da greutate spuselor”.

Cadrul participativ este complex, de asemenea, în mass media (radio, televiziune) dar și în romane..., unde participantul confirmat direct nu este decât un releu către un martor (auditor, telespectator, lector) care este de fapt adevăratul participant confirmat, cel în jurul căruia se organizează totul.

10. Ierahia participanților la o interacțiune verbală este pusă în evidență de o serie de fapte semiotice grupate în conceptul de **taxem**²⁵³.

Se încadrează în categoria taxemelor semne foarte diverse ca:

- vestimentația (elegantă sau săracăcioasă, uniforma etc.);
- postura corpului (dreaptă, cocoșată etc.);
- intensitatea articulatorie a enunțului (a vorbi tare, încet, în șoaptă etc.);
- monopolizarea discuției;
- marcarea inițiativei în interacțiunea verbală;
- întreruperea frecventă sau nu a interlocutorului;

- frecvența crescută sau nu a interogativelor, a ordinelor etc.
- prezența copleșitoare a formulelor de scuză, de mulțumire etc.
- folosirea cu predilecție a unor termeni de adresare: Domnule, Domnul, Excelență sau a prenumelui;
- excesiva tutuire sau marcarea, prin pronume specializate, a comportamentului politicos și a gradelor de politețe.

În concluzie, acțiunea taxemelor nu poate fi apreciată decât în context, ele nu sunt susceptibile de interpretări univoce. De altfel, nici relația ierarhică nu este fixată de o manieră rigidă, ci se modifică adesea în cursul interacțiunii verbale.

11. În actul enunțării locutorul aplică adesea o **schematizare** a situației, care cuprinde:

- 1) reprezentare a situației sale de comunicare;
- 2) o temă pentru discursul său;
- 3) o reprezentare a sa
- 4) o reprezentare a partenerului său;
- 5) o reprezentare a felului în care partenerul său percepe relația;
- 6) o reprezentare a relației dintre receptor și tema discursului etc.

Emitătorul își face o formă de reprezentare a acestor aspecte diverse (intersecția poate favoriza unele elemente și le poate neglija pe altele). Aceste reprezentări interacționează și influențează procesul de comunicare.

În cadrul discursului aceste “reprezentări” se înfățișează ca imagini, produse ale unei activități discursive de schematizare, care organizează materialul verbal pentru a-l introduce pe receptor într-un univers de sens pe care acesta va trebui să-l reconstruiască în funcție de propria schematizare (Grize 1990: cap.5). Acest univers de sens articulează această diversitate de imagini prezente în discurs: astfel, imaginea pe care emițătorul o propune receptorului este strâns legată de imaginea pe care acesta și-o face despre el însuși sau despre tema discursului.

12. Curente pragmatice pun accent pe faptul că, în ceea ce privește comportamentul subiecților față de un discurs, se poate vorbi despre o determinare de către **autoritatea** emițătorului, de către legitimitatea atribuită statutului care îi este recunoscut.

Raționamentul prin autoritate definește raționamentul sau validitatea unei propoziții ce decurge din autoritatea emițătorului “X a spus că P”.

Dintr-o perspectivă mai largă, analiza discursului ia în considerare condițiile care fac ca un discurs să fie autorizat, altfel spus în ce context el este considerat legitim și deci eficient; statutul partenerilor și cadrul spațio-temporal joacă un rol esențial la acest nivel.

13. Folosirea termenului **contract** în analiza discursului sugerează faptul că participanții la o enunțare trebuie să accepte tacit un anumit număr de principii care pot face posibil schimbul verbal și un anumit set de reguli care îl conduc.”Fiecare își cunoaște drepturile și datoriile proprii și universale”.

“Noțiunea contract presupune că indivizii aparținând aceluiași corp de practici sociale să fie susceptibili de a se pune de acord asupra reprezentărilor lingvistice ale acestor practici sociale” .²⁵⁴ Fiecărui gen de discurs îi este deci atașat un contract specific. Există de ex. un contract între profesor și elev în clasă, și, mai mult, acest contract este garantat de instituția de învățământ (v. rol). Contractul nu este în mod necesar stabilit de la început²⁵⁵: el poate fi negociat între parteneri, modificat unilateral, obligându-l pe coemițător să accepte sau să refuze noul contract.

Dintr-o anumită perspectivă, se poate considera un gen de discurs drept o combinație originală a mai multor contracte: de ex. într-o dezbatere politică la radio participanții sunt obligați să respecte un contract de comunicare verbală, un contract de conversație, un contract de dezbatere, un contract specific emisiunilor radio (întreruperea datorată introducerii unor mesaje electorale, fraze muzicale...)

Pentru Charaudeau (1993) contractul de comunicare are două dimensiuni:

Dimensiune situațională	Dimensiune comunicațională.
Îi corespunde un contract de schimb care răspunde la întrebări de tipul: <i>ce se spune într-un loc anumit, ce rol se joacă etc.</i> Acest contract vizează în special identitățile sociale (politician, profesor într-o anumită situație specifică)	Îi corespunde un contract de vorbire care privește comportamentele discursive așteptate, au legătură cu natura contractului de comunicare, de exemplu, profesorul are dreptul de a examina un candidat, candidatul trebuie să răspundă etc.; parlamentul are dreptul să-i interpeleze pe membrii guvernului, aceștia trebuie să răspundă etc

CAPITOLUL VI

TIPURI DE ACȚIUNI DISCURSIVE

INTERACȚIUNE VERBALĂ

1. Termenul **interacțiune** se folosește pentru a desemna unitatea superioară de analiză a unei conversații, ansamblul de schimburi efectuate de participanți într-un anumit context.

Această unitate, dificil de izolat, este denumită de Goffman “întâlnire” și de alți cercetători - “incursiune”²⁵⁶.

Există, de asemenea, o problemă legată de dificultatea de a determina invariantele acestei unități, altfel spus de a aprecia dacă este vorba despre una și aceeași unitate atunci când aceasta se află într-un cadru dinamic (schimbarea participanților, modificarea ansamblului spațio-temporal, modificarea temei etc.).

După Kerbrat-Orecchioni (1990:216) “pentru a avea de-a face cu una și aceeași interacțiune, trebuie și este suficient ca să avem un grup de participanți modificabil dar fără ruptură, într-un cadru spațio-temporal modificabil dar fără ruptură, care vorbesc despre un obiect modificabil dar fără ruptură”.

Vion (1992: 148) folosește termenul “întâlnire”, definit ca “ansamblu format din ceea ce se petrece între doi sau mai mulți subiecți, din momentul întâlnirii până în momentul despărțirii.”

O “întâlnire” poate avea mai multe interacțiuni dacă se schimbă cadrul interactiv, definit ca “natura unui raport social stabilit de la început” Vion (1992: 110).

2. Termenul **dialog** are cel puțin două accepțiuni principale.

În opoziție cu monolog, el poate desemna orice formă de schimb verbal, în special între două²⁵⁷ persoane.

În cadrul unei ierarhii a schimburilor verbale pe criteriul formal/informal, dialog se referă la schimburi mai formale decât conversația, caracterizate prin existența unei dorințe reciproce de a ajunge la un rezultat. (dialog în teatru, filozofie²⁵⁸, politică etc.)

Se pune astfel problema atribuirii unei valori etice dialogului:

“Dialogul vrea să se sustragă câmpului de forțe și de interese (...) plăcerea dialogului nu este cea a stabilirii consensului ci a fertilității/fecundității/germinației fără sfârșit” (Jacques în Cosnier *et. al.* 1988:60)

3. Dialogismul se referă la dimensiunea fundamental interactivă a limbajului, scris sau oral²⁵⁹.

Termenul desemnează în retorică procedeul care constă în a introduce un dialog fictiv într-un enunț. Bahtin (1984:302): “Locutorul nu este un Adam, și din acest motiv, obiectul discursului său devine, cu siguranță, punctul unde se întâlnesc opiniile interlocutorilor imediați (într-o conversație sau o discuție asupra oricărui eveniment al vieții obișnuite) și la fel de bine viziunile asupra lumii, tendințele, teoriile etc.”

Bahtin utilizează, de asemenea, termenul cu sensul de intertextualitate (Todorov 1981: cap.5). Moirand (1990:75) distinge două tipuri de dialogism

- 1) dialogismul interacțional care trimite la multiplele aspecte ale schimbului verbal;
- 2) dialogismul intertextual care se referă la mărcile heterogenității enunțiative, la fenomenul “citării” în sens larg.

Pentru Bahtin (1977:106) aceste două fațete ale dialogismului par imposibil de disociat la un nivel profund: “orice enunțare, chiar sub forma sa fixată în scris reprezintă un răspuns²⁶⁰ la ceva și este construită ca atare. Ea nu este decât o verigă a lanțului actelor de vorbire. Orice (nouă, nota n.n.) înscriere este o prelungire a precedentelor, angajează cu ele o polemică, se așteaptă la reacții active de înțelegere, anticipează asupra acestora etc.” (v. interacțiune).

Toate formele comunicării verbale sunt guvernate de un principiu dialogic. Dialogul este forma sub care se concretizează diversele tipuri de interacțiune verbală, indiferent de funcția lor (comunicativă sau fatică), de tipul lor (reale sau ficționale), de modul de actualizare (oral sau scris).

Principalele valori ale conceptelor monologic/monologal și dialogic/dialogal sunt redată în tabelul următor:

MONOLOGIC ²⁶¹ /MONOLOGAL	DIALOGIC ²⁶⁴ /DIALOGAL
Monologal²⁶² - un locutor Monologal²⁶³ este un termen adecvat: 1) discursului adresat sinelui; 2) discursului care, cu toate că interesează un auditoriu, nu cere răspuns sau acces, alternanță la cuvânt (de ex. alocuțiunea unui șef de stat); 3) textelor scrise în care enunțătorul nu se află în contact cu receptorul (sau coemițătorul) Monologic - discurs centrat asupra propriei organizări, “închis”	Dialogal²⁶⁵ - mai mulți locutori - dialogal²⁶⁶ se aplică strict în cazul interlocuționar Dialogic - discurs structurat pe confruntarea cu vorbele altuia/altora. - dialogic se aplică discursurilor care nu așteaptă răspuns (texte scrise, cursuri magistrale etc.) dar care pun în scenă o multitudine de voci care sunt “polifonice”

INTERVENȚIE

Termen folosit în analiza conversațională francofonă²⁶⁷ (fr. intervention) pentru a desemna cea mai mare unitate monologală, adică fiecare contribuție a unui locutor la un schimb verbal. Terminologia anglo-saxonă preferă termenul mișcare/engl.move, propus de Goffman și de Sinclair și Coulthard (1975).

Exemplu:...

A: Aș vrea să te rog ceva: Vrei să închizi fereastra?

B: Adevărul este că s-a făcut frig. Se apropie iarna.

A: Mulțumesc.

Avem de-a face cu trei intervenții care constituie o unitate de schimb verbal. Intervenția se poate descompune la rândul ei în mai multe acte de limbaj (intervenție complexă) sau într-un singur act de limbaj (intervenție simplă: de ex. Mulțumesc).

Școala de la Geneva (Roulet 1981) introduce distincția interacțiune/interacțiune verbală, nu orice comunicare este în mod necesar verbală.

Condițiile de existență²⁶⁸ a unei interacțiuni verbale sunt următoarele:

1. colocutorii trebuie să accepte un număr de norme comune
2. colocutorii trebuie să participe la schimbul verbal
3. colocutorii trebuie să gestioneze comunicarea prin alternanța la accesul la cuvânt, gesturi etc.

Reprezentanții Școlii de la Geneva (Roulet *et. al.* 1985, Moeschler 1985) văd în **funcția interactivă** funcția care articulează constituanții unei intervenții, și, în particular, leagă actele directe de actele subordonate (Intervenție).

Funcția interactivă nu trebuie confundată cu **funcția interacțională** care privește relațiile dintre participanți.

O tipologie a interacțiunilor realizată de Școala de la Palo Alto (Watzlawick *et. al.* 1972:66) distinge:

a) **interacțiuni simetrice** în care participanții se află pe picior de egalitate (de ex. conversația între doi participanți la joc)

b) **interacțiuni complementare** în care diferența între participanți este puternic marcată (de ex. interacțiunea profesor-elev).

În acest caz se poate vorbi de o poziție înaltă și de o poziție joasă pe care se plasează participanții.

Caracterul acestor poziții poate fi impus prin natura genului de discurs, atunci când rolurile sunt fixate instituțional (într-o consultație medicală, doctorul deține poziția înaltă)

sau fac obiectul unei negocieri (interacțiunea între soți, între asociați etc.)

O relație complementară nu este în mod necesar inegală dar produce adesea o alunecare de la poziția înaltă spre poziția dominantă.

În cadrul unei interacțiuni se înfruntă **strategiile** participanților care trebuie în mod constant să negocieze. Termenul strategie nu trebuie înțeles, la acest nivel, drept activitate de comunicare disimulată sau manipulare.

Transparența pentru receptor a strategiilor folosite de emițător este pusă în evidență de existența unor strategii corespunzătoare acestora la nivelul receptării, deci a unor strategii interpretative.

Ambele tipuri de strategii sunt recunoscute ca atare de participanții la interacțiunea comunicativă, ceea ce dovedește convenționalitatea comportamentului strategic al membrilor unei comunități.

Se consideră că “O descriere detaliată și completă a strategiilor comunicative este practic imposibilă, pentru că în acest domeniu se manifestă cu precădere creativitatea indivizilor.”

Prezența unui comportament strategic al emițătorului este, de obicei, semnalată de lipsa de concordanță între structura interacțională de adâncime (care reflectă competența comunicațională a individului) și secvențele de acte comunicative actualizate în structura de suprafață (care reflectă competența socială).

Intervențiile inițiative sunt cele care impun constrângeri partenerului la schimbul verbal (cerere de informații, propuneri, solicitări de diverse tipuri...);

Intervențiile reactive reprezintă răspunsurile pozitive sau negative la intervențiile inițiative.

Trebuie menționat faptul că multe intervenții sunt simultan inițiative și reactive.

Școala de la Geneva (Roulet 1981) face, de asemenea, o analiză a structurii intervenției și distinge două componente:

Un/mai multe act(e) directo(a)r(e); actul director este obligatoriu, este cel care dă intervenției o valoare pragmatică

Un/mai multe act(e) subordonat(e); pregătește sau justifică actul director.

Astfel, în ex. “Este foarte drăguță, m-a ajutat mult”, “Este foarte drăguță” reprezintă actul director, justificat de actul subordonat “m-a ajutat mult”.

Orice interacțiune verbală trebuie să se supună **principiului cooperării**.

Fiecare participant la o interacțiune trebuie să-și aducă contribuția, astfel încât să răspundă așteptărilor coemițătorului, în funcție de finalitatea schimbului și de momentul în care acesta are loc.

Grice (1979) vede în principiul cooperării un fel de metaprincipiu care dirijează schimburile verbale și care este specificat într-un anumit număr de “maxime conversaționale”:

- 1) maxima calității (a fi veridic)
- 2) maxima relației (a fi pertinent)
- 3) maxima cantității (a fi informativ doar atât cât se cere)
- 4) maxima manierei (a fi clar). (v legile discursului)

Aplicarea acestor maxime este condiționată însă de varietatea genurilor de discurs și, în special, de presiunea normelor culturale, care impun adesea reguli contrare celor enunțate de Grice.

Maximele sunt de altfel susceptibile de a primi două interpretări:

- maximele drept condiții *a priori* ale oricărei comunicări verbale (perspective lui Grice)
- maximele alcătuiesc un cod *sui generis* al bunelor maniere (din punctul de vedere al majorității analiștilor discursului)

Respectarea principiului cooperării nu implică existența unei armonii fără umbre între participanții la interacțiunea verbală; în general, orice interacțiune este o activitate tensionată. Totuși, acest principiu evidențiază faptul că este indispensabilă existența unei minime cooperării, o voință comună de a respecta anumite reguli, pentru a fi posibilă comunicarea.

Schimbul reprezintă unitatea minimală a interacțiunii sociale, definită ca succesiune de mișcări performate de colocutori și aflate în raporturi secvențiale (ofertă-satisfacere-respingere-contracurare-reofertare²⁶⁹).

Alte sensuri ale noțiunii de schimb:

1. Interacțiune în care participanții pot fi pe rând, locutori și interlocutori, enunțările lor alternante se află într-o relație de strictă determinare: corespondență, dezbateri la radio, tv., conversații etc.

Nu aparțin acestui tip: conferința academică, romanul, alocuțiunea șefului statului etc. datorită absenței alternanței (v.monologal,monologic).

2. Schimb desemnează și unul din nivelurile analizei interacțiunii verbale, și anume *Unitatea dialogală minimală*²⁷⁰.

A: Ce mai faci Ioane?

B: Mult mai bine, mulțumesc.

Unitatea inferioară se numește intervenție a unui singur emițător; unitatea superioară ansamblu discursiv (cum ar fi cazul cererii de informații despre starea unei familii întregi)

Există adesea **schimburi inserate sau parentetice**:

Când pleci?

Nu ți-am zis? *Schimb inserat.*

Nu

Măine.

Analiza conversațională, după lucrările lui Goffman (1973), operează cu distincțiile:

- **schimburi de confirmare**: cei doi participanți efectuează în relație strânsă acțiuni de același tip, care se regăsesc în principal la începutul și la sfârșitul interacțiunii. Servesesc la “confirmarea”²⁷¹ legăturii sociale.

Bună-ziua

Bună ziua.

- **schimburi reparatorii**: este de tip ternar și permite reapararea unei amenințări asupra feței negative suscitată de prima intervenție:

Cât e ceasul?

10 și 25.

Mulțumesc.

Mulțumirea este destinată a repara amenințarea pe care o constituie întrebarea și a restabili echilibrul interacțiunii.

CONVERSAȚIE²⁷²

- a) În sens larg termenul se referă la orice situație interlocutorie, de la schimbul spontan din familie la conferința de presă. Acest sens este avut de cele mai multe ori în vedere în cadrul analizei conversaționale.
- b) În sens restrâns și mai apropiat de uzul comun, termenul este folosit pentru a face trimitere la un gen de interacțiune verbală caracterizată prin:
 - schimburi relativ echilibrate, egale;
 - spectru larg al temelor de discuție (puține constrângeri tematice);
 - libertate relativă în succesiunea luărilor de cuvânt.

Participanții care pot fi în număr mai mare de doi²⁷³ se află în vecinătate spațială (sau în legătură, vezi conversația telefonică), în simultaneitate și întrețin relații conviviale²⁷⁴.

Conversația este lipsită de finalitate instrumentală, de aceea un interogatoriu sau o dezbatere politică nu se încadrează în acest tipar.

În cadrul conversației “Compania este căutată, nu informațiile” (Jacques în Cosnier *et.al.* 1988: 58).

Secvența în analiza conversațională de tip francofon²⁷⁵ reprezintă o unitate intermediară între interacțiune și schimb verbal. KERBRAT-ORECCHIONI (1990:218) definește secvența drept: “un bloc de schimburi legate printr-un grad puternic de coerență semantică și/sau pragmatică”. Secvențele pot fi incluse una într-alta, pot exista secvențe cu plasare laterală față de “cursul principal” /firul director al conversației.

Indiferent de terminologia²⁷⁶ folosită este de remarcat că secvențele cele mai ritualizate sunt cele de la începutul și sfârșitul conversației.

Secvențele de la început se caracterizează printr-o:

- a) unitate tematică remarcabilă (temele sunt impuse, discuțiile despre starea vremii, despre noutățile familiale etc..)
- b) unitate pragmatică (scopul participanților este de a sparge gheața și de a ajunge la subiect²⁷⁷)

Analiza discursului folosește termenul **ritual**²⁷⁸ pentru a desemna secvențele de acțiune verbală cu un grad ridicat de rutină.

Gradul de codificare a acestor ritualuri este variabil. Astfel există:

- 1) secvențele rigide de enunțare cum ar fi anumite obișnuințe de politețe în viața de zi cu zi (scuze, saluturi, mulțumiri...) sau specifice unor situații puternic formalizate (în domeniul juridic de ex.)
- 2) secvențe mai flexibile (precum cadrul schimburilor verbale dintre prezentator și invitat în emisiunile de televiziune sau în talkshow-uri).

Alți cercetători²⁷⁹ văd în ritualul socio-lingvistic (langagier) „ansamblul constrângerilor care codifică practicile socio-lingvistice și care rezultă din condițiile de producere și interpretare (circumstanțele discursului) ale actului de limbaj”.

Astfel, intră în categoria ritualurilor în care participanții își atribuie și li se atribuie anumite roluri următoarele acte: a face o comandă într-un restaurant, a solicita o lămurire unui funcționar public, a cere “indicații” de orientare spațială etc.

Orice dialog se prezintă ca o alternanță a intrării în interacțiune a vorbitorilor și, din acest punct de vedere, noțiunea de **acces la vorbire**²⁸⁰ este esențială pentru analiza conversației.

Pentru descrierea acestui concept textul de bază îl reprezintă lucrarea lui Sacks, Schlegoff și Jefferson (1974).

Termenul desemnează mecanismul care dirijează această alternanță și, mai ales, prin metonimie, contribuția fiecărui participant, fiecare dintre luările de cuvânt.

Adesea este dificil de definit luarea de cuvânt, deoarece acest fenomen poate să se manifeste și prin alte mijloace decât vorbirea propriu-zisă (semnale verbale sau paraverbale).

Studiul fenomenului se face din mai multe perspective:

- suprapunerea unor secvențe discursive
- existența tăcerilor (semnificative)
- echilibrul stabilit între contribuțiile participanților
- atitudinea partenerului aflat în poziția de ascultare
- prin ce mijloace se realizează selecția emițătorului pentru luarea de cuvânt (există în acest sens un întreg sistem de semnale care pot indica intenția de a lua cuvântul).

¹ Vezi Maingueneau, Dominique, *Les termes clés de l'analyse du discours*, Seuil, 1996 (Collection MEMO)

² DSL

³ Guespin 1971:10, apud D. Maingueneau (1996:28)

⁴ Se constată adesea o “alunecare a sistemului de reguli spre corpus: discursul socialist desemnează atât regulile care fac specifică socialismului o anumită poziție enunțiativă, cât și ansamblul enunțurilor considerate ca aparținând acestei poziții”, D. Maingueneau (1996: 29)

⁵ J-P.Bronckart *et al.* (1985:11)

⁶ J-P.Bronckart *et al.* (1985:11):

⁷ J-P.Bronckart *et al.* (1985:11):

⁸ De ex. în “scopul de a activa un adolescent într-un anumit scop” se pot pune în aplicare următoarele mecanisme: J-P.Bronckart *et al.* (1985:11):

- tip narativ (o poveste de ex)
- tip situațional (dialog maieutic din perspectiva lui Piaget)
- tip teoretic (expunerea logică a principiilor moral)

⁹ G.Brown și G.Yule, *Discourse Analysis*, Cambridge University Press, Cambridge 1983, p.1, apud D. Maingueneau 1996

¹⁰ D. Maingueneau 1996:11

¹¹ Ideal care se poate confunda cu un ansamblu de scopuri, cum ar fi, de exemplu, pentru medicină, cercetarea fundamentală pentru ameliorarea suferinței, pentru descoperirea și aplicarea unor procedee neinvazive etc.

¹² Această perspectivă poate fi contestată și datorită faptului că disciplina se definește prin obiectul său de studiu, prin corpusul pe care îl investighează. O disciplină se definește mai puțin prin obiectul său de studiu (pe care îl poate avea în comun cu alte ramuri, vezi interdisciplinaritatea), cât, mai ales, prin punctul de vedere asupra acelui obiect.

¹³ Explicația vagă poate antrena acțiunea unor presupoziii sau definiții implicite, iar “maquis-ul” terminologic conduce inevitabil la lipsă de adecvare.

¹⁴ Exemplu dat de D. Maingueneau 1996 se referă la un jurnal televizat care nu este un text ci reprezintă un ansamblu de configurări în care textul este legat de teme, roluri, surse de informații.

¹⁵ Vezi, de exemplu, problema portughezei din Brazilia /Portugalia

¹⁶ Școala franceză a fost influențată puternic de psihanaliză și marxism; astăzi numele de Școala Franceză este atribuit unei tendințe de abordare a analizei discursului, aplicate și de alte centre de cercetare care nu se circumscriu strict spațiului geografic francez.

¹⁷ D. Maingueneau:1998

¹⁸ Multe modele au un autor “ecranat”(cum ar fi, de ex., discursul tv)

¹⁹ Există reguli de producere legate de genuri care fac să nu fie suficientă cunoașterea limbii pentru, de ex, a citi un jurnal; invers, la limită, se poate citi un jurnal într-o limbă pe care nu o cunoști; vezi, de exemplu, *Hans Castorp vorbește franțuzește în Muntele vrăjit* de Thomas Mann.

²⁰ De ex, conjuncția coordonatoare *dar* (care are un mare număr de funcții, unele chiar contradictorii).

Un tip de analiză va aborda realizarea acestui recensământ (cum și de ce un singur cuvânt poate avea valori atât de numeroase).

Alte ex.: există în franceză, ca și în română, un mare număr de marcatori de reformulare: *adică, în alte cuvinte, să spunem, fie...* Analiza discursului se va interesa de legătura dintre natura acestui cuvânt (imperativ prezent, pers-I.pl.) și funcția sa de marcator de reformulare.

²¹ Se au în vedere fenomene ca referința, ambreiorii, anafora, modalizarea (moduri, ironie); interdiscursul primează în cadrul acestei abordări

A vorbi înseamnă întotdeauna a vorbi sub dominarea altor discursuri deja spuse sau posibile, la care se face referință sau care sunt respinse. Pentru a începe o scrisoare se va scrie: *domnule ministru, dragă domnule, salut, h, etc.* Din ansamblul formulelor de deschidere pe care le avem în cadrul memoriei discursive reținem una singură. Într-o altă ordine, nu se pot emite păreri politice în afara câmpului discursiv al politicii, chiar dacă se proclamă refuzul vorbirii în termenii (politici) ai altora.

Se pune întrebarea legitimă: Cine vorbește atunci? Subiectul este un conglomerat de identități, de subiectivități legate de câmpuri diferite de enunțare care interacționează în ființa sa. Subiectivitatea enunțativă este traversată de o mare de discursuri. În consecință, ea se

construiește printr-un discurs fragil; subiectivitatea nu pre-există discursului său. Și, ceea ce este mai important, nu dispunem în orice moment de acest discurs gata pregătit.

²² D. Maingueneau (1996)

²³ (gr. *archéion*)

²⁴ în buna tradiție a abordărilor cognitive

²⁵ M.Mayer, *Questions de rhétorique. Language, raison et seduction*, Librairie Générale Française, Paris, 1993, p.7

²⁶ Constantin Sălăvăstru (1999:9)

²⁷ Constantin Sălăvăstru (1999: 12)

²⁸ Constantin Sălăvăstru (1999:15)

²⁹ Termenul a fost introdus de Morris pentru a desemna nivelul procesului de semioză care se referă la relația dintre semne și cei ce le interpretează.

³⁰ Atunci când se vorbește de componenta pragmatică se înțelege componenta care se referă la descrierea sensurilor enunțurilor în context (Un enunț ca *Ion nu este aici* poate fi interpretat, în funcție de context, drept ironic sau neutru, ca o concluzie la o argumentare, ca un apel la ordine etc.).

Există o dezbatere între cercetătorii care proclamă existența unei pragmatice integrate sistemului limbii și cei care înțeleg să mențină o separație între semantică și pragmatică.

³¹ vezi Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Conversația. Structuri și strategii. Sugestii pentru o pragmatică a limbii vorbite*, Editura All, București, 1999

³² Metodologia constă în

- a înregistra conversațiile în context
- a le transcrie
- a le analiza, punând în evidență regularitățile, regulile etc.

Abordarea este empirică asupra unor date atestate, naturale și autentice. Obiectivul analizei este de a degaja o gramatică- lexicon a conversației. Deosebindu-să de lingvistică, disciplină care are ca obiect de studiu enunțuri existente și care potrivit lui W.Labov produce și faptele și teoria.

În practică această muncă este laborioasă și de o mare complexitate.

³³ Ca reacție împotriva concepției chomskyene asupra limbajului, considerată prea restrictivă, D.H. Hymes și J.J. Gumperz au pus bazele unei etnologii a comunicării care asociază resursele verbale și regulile de interacțiune și de comunicare ale unei comunități lingvistice. În Franța, în anii 80, analiza conversație devine obiect de studiu ca o componentă a pedagogiei școlare pe baza observațiilor asupra schimburilor verbale în orele de predare a limbilor.

³⁴ O rețea presupune legături și “noduri”; vezi WEB

³⁵ unde este vorba, în general, de a descrie un discurs produs de un singur emițător

³⁶ unde interesul este de a urmări amprente procesului enunțării în enunț, fiind vorba, de cele mai multe ori, de un singur emițător.

³⁷ acte de limbaj considerate ca intenție a locutorului care pretinde că acționează asupra interlocutorului său.

³⁸ D: Maingueneau 1996:25

³⁹ Această direcție este ilustrată de reprezentanții Școlii de la Geneva (Roulet *et. al.* 1985) și de modelul propus de Sinclair și Coulthard (1975) care înțeleg conversația ca o organizare ierarhică.

⁴⁰ distanța între parteneri, gestică, mimica vezi proxemica, Mihai Gheorghe op.cit.

⁴¹ vezi Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, op.cit.

⁴² care privește problemele patologiei mentale prin prisma disfuncționalităților la nivelul interacțiunilor.

⁴³ vezi Luminița Mihaela Iacob, *Comunicarea – “forța gravitațională” a câmpului social*, în *Revista română de comunicare și relații publice*, nr.1, 1999, p.19-28

⁴⁴ Antropologul Bateson și psihiatrii Watzlawick și Jackson au popularizat concepte ca: “double bind”/constrângere dublă; conținut, relație, metacomunicare, precum și axiome ca “nu putem să nu comunicăm”.

⁴⁵ P. Watzlawick, *La réalité de la réalité*; Ed.du Seuil, Paris 1978

⁴⁶ Bateson et al.; *La nouvelle communication*; Ed.du Seuil, Paris 1981,p.7, apud M.D, *op.cit.*

⁴⁷ Acest curent va fi asimilat în mare parte de analiza conversațională.

⁴⁸ Gumperz și Hymes, *The Ethnography of Communication*, în *American Anthropologist*, 66(6), 2, 1964

⁴⁹ D.H.Hymes, *Models of the Interaction of Language and Social Life*, în Gumperz and Hymes (ediscurs.), *Directions in Sociolinguistics: the Ethnography of Communication*, Holt, Rinehart and Winston, New York, 1972

⁵⁰ Analiza etnometodologică se va axa pe studiul diversității interacțiunilor sociale și va avea ca obiectiv degajarea elementelor de regularitate. Conversația devine obiect privilegiat de studiu (Sacks, Schegloff... 1978) ca interacțiune socială esențială.

Studiul etnometodologic se oprește, în special, asupra organizării activității de comunicare (accesul la cuvânt, introducerea unei teme, deschiderea și închiderea unei interacțiuni etc.)

⁵¹ H. Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1967

⁵² Vezi Paul Dobrescu, “Aisbergul comunicării”, în *Revista română de comunicare și relații publice*, nr.1, 1999, p.40-42

⁵³ G.H.Mead, *L’esprit, le soi et la société*, PUF, Paris,1963 (traducere după *Mind, Self and Society*, University of Chicago Press, Chicago, 1934)

⁵⁴ Vezi D.Maingueneau, *op.cit.*, p. 39

⁵⁵ Lexicometria se bazează pe programe de calculator cum ar fi Lexploreur:

“Le logiciel Lexploreur assiste l’analyse d’un texte en combinant:

des outils de mesure statistique permettant une analyse globale et rapide de l’usage de son vocabulaire;

un moteur de recherche très complet permettant une analyse locale et fine du contexte d’apparition de chaque mot”, vezi și J.J.van Cuilenburg, O. Scholten, G.W. Noomen, *Știința comunicării*, Editura Humanitas, 1998, București, p.141-147.

⁵⁶ Pentru mai multe informații privind analiza de conținut vezi J.J.van Cuilenburg, O. Scholten, G.W. Noomen, *Știința comunicării*, Editura Humanitas, 1998, București, p.111-147

⁵⁷ Rețeaua evidențiază felul în care emitentul privește relațiile dintre obiectele atitudinale; rețeaua se realizează în urma operațiunii de reducere și de retranscriere a textului pe baza propozițiilor-cheie

⁵⁸ vezi critica din MOTS, vezi textul din *Știința comunicării*

⁵⁹ vezi Camelia Beciu pentru discurs electoral

⁶⁰ vezi Theodor Hristea (coordonator), *Sinteze de limba română*, ediția a treia, Editura Albatros, București, 1984

⁶¹ Se mai numesc și lexii complexe, discurs repetat etc.

⁶² vezi lucrările de la Tregastel

⁶³ Vezi, de exemplu, sintagme ca voință politică, decizie politică, administrație publică, guvern monocolor etc.

⁶⁴ Salem 1987, apud D. Maingueneau 1996

⁶⁵ Fiala-Habert 1989:89, apud D. Maingueneau 1996

⁶⁶ Sau metoda termenilor-pivot (metoda lui Harris)

⁶⁷ Z. S. Harris, *Discourse analysys*, trad fr. în *Langages* no.13, 1969, p.8-45 (1952).

⁶⁸ Cum ar fi reducerea pasivului la activ, descompunerea în două fraze a unei fraze conținând două grupuri coordonate etc.

⁶⁹ sau concurente, vezi D. Maingueneau 1996:45

⁷⁰ vezi Courtine 1981: 78, apud D. Maingueneau 1996: 46

⁷¹ DSL

⁷² DISCURSL

⁷³ Fondatorul gramaticii generative...

⁷⁴ D. Maingueneau 1984

⁷⁵ limba ca sistem

⁷⁶ Norma este instanța conformă universului de sens pe care discursul îl instaurează.

⁷⁷ Cod care este imperfect datorită fenomenelor de ambiguitate, omofonie, polisemie

⁷⁸ Conceptul “cod de limbă/cod langagier” a fost dezvoltat de D. Maingueneau (1993) pentru a arăta că o formațiune discursivă nu există doar prin enunțul formulat prin intermediul unei limbi (franceză, latina...) ci, mai ales, prin intermediul unui cod de limbaj; limba nu este un instrument stăpânit din exterior, pus în serviciul unei strategii persuasive, ci modul în care este realizată folosirea limbii este de fapt creatoare/constitutivă formațiunii discursive, inseparabilă de poziționarea sa. Astfel, codul de limbaj nu este doar un sistem de transmitere a informației, ci participă la autolegitimizarea emițătorului.

⁷⁹ P.Charaudeau (1995): *Une analyse sémiolinguistique du discours*, în *Langages* no.117

⁸⁰ vezi la teatru

⁸¹ E. Goffman (1974) *Les rites d'interaction*, Paris, Ed. de Minuit

⁸² P. Brown; S. Levinson (1978): *Questions in Politeness. Strategies in Social Interaction*, Cambridge, Cambridge University Press, p. 56-289

⁸³ “teritoriul”, adică tot ce se referă la:

- corp (inclusiv la îmbrăcăminte, buzunare, genți etc.);
- “bunuri” apropiate (soț/soție, mașină, veselă);
- spații private (acasă, vecinătățile spațiale ale corpului etc.);
- informații personale;
- maniera (proprie) de a vorbi ⁸³

⁸⁴ “fațada” sau imaginea pozitivă pe care fiecare dorește să o construiască și să o dea despre sine

⁸⁵ Pentru a da un ordin se folosește rar modul imperativ, se recurge adesea la formule care să îndulcească enunțul;

acestea presupun efort atât din partea emițătorului, cât și din partea receptorului deoarece, din punct de vedere lingvistic, sunt complicate și necesită o cunoaștere a subtilităților; “vreți să aveți bunăvoința să închideți geamul”, “fiți atât de amabil și ...”

Cu cât formulele sunt mai pretențioase, cu atât efectul de “îndulcire” a ordinului este mai marcat

⁸⁶ Teza lui G. Lakoff citată în Kerbrat-Orecchioni (1999; Conferința “Abordarea interacționistă în lingvistică” ținută la Congresul Societății Japoneze de Predare a Limbii Franceze, Universitatea Națională din Matsuyama, 5 noiembrie 1999)

⁸⁷ Vezi de ex. grupul nominal “Ion și cu mine”, în care “eul” se pune pe al doilea plan, la fel cum comportamentul politicos prescrie a lăsa pe cineva să treacă înaintea ta

⁸⁸ în schimb, formule de tipul vă mulțumesc puțin nu se înregistrează, ceea ce susține și anumite restricții contextuale pentru a mulțumi

⁸⁹ Brown și Levinson (1978) au impus termenul FTA (FTA= FACE THREATENING ACTS) care s-ar putea traduce prin *acte amenințătoare pentru imagine*:

Aceste acte ar fi:

1. acte amenințătoare pentru imaginea pozitivă a locutorului

2. acte amenințătoare pentru imaginea negativă a locutorului
3. acte amenințătoare pentru imaginea pozitivă a interlocutorului
4. acte amenințătoare pentru imaginea negativă a interlocutorului

⁹⁰ O tipologie a politeții în tranzacțiile cele mai simple, de exemplu, cumpărare- vânzare, distinge:

1. **Politețea obișnuită**, de rutină legată de scriptul scenariului, de ex. în secvențele de deschidere (saluturi, întrebări: ce doriți? Cu ce vă pot ajuta? Etc.) sau de închidere a unei conversații (mulțumiri, salutări, urări) sau în cereri. Într-un context în care este vorba despre schimburi de piață (bani-produs) politețea de zi cu zi întreține o relație de îndatorare reciprocă:

Cererea nu ia decât în mod excepțional forma lui “vreau ...”, “doresc...” ci se întâlnesc de ex, formulări de tipul:

Aș vrea...(condiționalul este întărit prin adăugarea lui “vă rog”) Nume de produs, *vă rog* (strategie de menajare a timpului și efortului vânzătorului)

Aveți nume de produs ?; când există riscul ca produsul să nu fie disponibil

2. **politețea excepțională** legată de diverse incidente (lipsa mărunțișului de ex.). Asistăm la un asalt al politeții pentru a neutraliza incidentul care este sursă de amenințare. “se întâmplă” “nu-i nimic” etc.

Există contexte de tipul “aș vrea doar un graham” în care “doar” este un minimizator care poate exprima o scuză implicită (aceea de a face o cumpărătură inferioară normei, contextului etc. sau de a provoca un deranj care nu ar fi compensat de valoarea în bani a produsului) .

Oricum, aceste tranzacții comerciale nu se reduc la un transfer de bani; ele sunt locul de manifestare a unei suite de condiționaluri, mulțumiri, elemente minimizatoare etc.

⁹¹ E. Benveniste; *Problèmes de linguistique générale II*, Gallimard, Paris, 1974

⁹² O. Ducrot; *Le Dire et le Dit*; Ed. Du Minuit, Paris 1984

⁹³ vezi D. Maingueneau 1996: 37

⁹⁴ ”A realiza gramatica unei limbi, înseamnă a specifica și a caracteriza frazele subiacente enunțurilor realizabile prin mijloacele acelei limbi”

⁹⁵ J-M.Adam, *Les textes: types et prototypes*; Nathan, Paris, 1992, p. 15

⁹⁶ Pêcheux și Fuchs (1975: 24); apud D. Maingueneau (1996) folosesc pentru aceasta accepțiune a termenului **enunț** sintagma “suprafață lingvistică”.

⁹⁷ M.-M. de Gaulmyn, *Les régulateurs verbaux: le contrôle des récepteurs*, în Cosnier J. et Kerbrat-Orecchioni C., *Décrire la conversation*, Presses Universitaires de Lyon, 1987, p.10

⁹⁸ se referă la ceea ce se spune în interacțiunea verbală de către participanți

⁹⁹ se referă la conduita de interacțiune (încerc să fiu clar, explicit...m-ați urmărit?...)

¹⁰⁰ se referă la limbă (acesta este cuvântul potrivit...în sens uzual...)

¹⁰¹ E. Veron, apud D. Maingueneau (1996)

¹⁰² Trebuie remarcat faptul că, în cadrul comunicării orale, conversația are cel mai înalt grad de interactivitate.

¹⁰³ există și situații caracterizate prin univocitate: presa audio, conferințe, discursuri, expuneri etc.

¹⁰⁴ În schimbul oral cei doi parteneri interacționează, cuvintele sunt însoțite de mimică, de indicatori paraverbali, sintaxa este mai laxă (juxtapuneri, întreruperi, elipse, redundanțe etc.). Nu există un control al înțelegerii globale a enunțului, a revenirii și există pericolul permanent al întreruperii.

¹⁰⁵ care determină abundența mărcilor emoționale în discurs

¹⁰⁶ Și un enunț oral se poate prezenta ca independent de context: cel în care interlocutorul nu este chemat, în principiu, să intervină într-un discurs care se prezintă ca închis în sine. (oficiu religios -ritualizat, conferință publică etc.)

Un enunț poate fi conceput în manieră grafică și independent de context dar având aparența caracteristicilor unui enunț dependent de context.

Invers, există schimburi verbale în care participanții vorbesc “ca din carte”, într-un stil apropiat de cel scris.

¹⁰⁷ Goody 1977, apud D. Maingueneau (1996)

¹⁰⁸ enunțul independent de context tinde a se închide asupra lui, poate construi un joc al reperajelor intratextuale; subordonarea sintactică se desfășoară cu o rigoare mai mare.

¹⁰⁹ Trebuie făcută o distincție între discursul oral și cel oralo-grafic, care se sprijină pe scris (pe note sau email-ul, poșta electronică care mimează o interacțiune orală);

¹¹⁰ doar emițătorul se exprimă uneori sub forma unei structuri dialogice; în cele mai multe cazuri, emițătorul anticipează reacțiile receptorului

¹¹¹ D. Maingueneau (1996:33); Această direcție este privilegiată de Școala Franceză de analiză a discursului

¹¹² De Beaugrande și Dressler (1981: cap.1), apud D. Maingueneau (1996)

¹¹³ vezi Cursul de retorică și teoria argumentării

¹¹⁴ Peytard și Moirand (1992: 61), apud D. Maingueneau (1996)

¹¹⁵ Ehlich (1989), apud D. Maingueneau (1996)

¹¹⁶ Lingvistica textuală (după deceniul șapte cunoscută mai ales sub numele de gramatică a textului) este disciplina care are ca obiect studiul textualității, în special al coeziunii și coerenței. Aceste proprietăți sunt cele care fac textul ireductibil la un șir de fraze (Rastier; *Sens et textualité*, Hachette, Paris, 1989, p.281

Textualitatea poate fi studiată din perspective diferite:

- 1) a emițătorului care produce o unitate de tip text (interesează aici în special prin ce procese este declanșată “generarea” textului). Problema textului văzut ca unitate nu este echivalentă cu imaginarea unui sistem unic care dirijează ansamblul: “planurile de organizare a textualității demonstrează caracterul profund eterogen al unui obiect ireductibil la un singur tip de organizare” (Adam 1992:20)
- 2) a receptorului (din punctul de vedere al integrării componentelor textului în scopul înțelegerii acestuia);
- 3) a analizei (care concepe textul ca o structură ierarhică).

Obiectul de studiu al lingvisticii textuale este dificil de delimitat, uneori se suprapune cu analiza discursului, în special în orientările care privesc genurile și tipologia discursurilor.

¹¹⁷ G.Genette (1989:9)

¹¹⁸ G.Genette (1989:7).

¹¹⁹ Vezi cursul de *Retorică și teoria argumentării*

¹²⁰ vezi M. Tuțescu; *L'argumentation. Introduction a l'étude du discours*, Editura Universității din București, București, 1998, p.112-113

¹²¹ inconvenientul pe care-l reprezintă acest termen se referă la faptul că domeniul său de aplicare este atât modurilor de organizare generale (narațiune, argumentare), cât și genurilor discursive particulare.

¹²² Titlul operei/programului politic(e) poate fi interpretabil uneori din perspectiva intertextualității - ca aluzie la un tezaur cultural existent în memoria receptorului și care se realizează ca intertext sub diferite forme. Același statut îl are și titlul jurnalistic care reproduce ca intertext alte titluri cu un anumit prestigiu în lumea culturală, cum ar fi: “*Lista lui...*” (lista lui Coșea) sau “*Cronica unei morți anunțate*” Gabriel Garcia Marques.

Ca intertext-imitație parțială, “*Contractul cu România*”, “*Contractul cu bucureștenii*”, “*Contractul cu Americanii*” [propus de Newt Gingrich] reprezintă aluzii evidente la “*Contractul social*” al lui J.J. Rousseau.

¹²³ Deși intertextualitate și interdiscursivitate au un sens echivalent, termenii nu sunt totuși folosiți în aceleași domenii. Intertextualitate este folosit în special în domeniul literaturii, sau când este vorba de texte în sensul de opere.

¹²⁴ Vezi hiponim/hiperonim

¹²⁵ Vezi operația în Retorică

¹²⁶ ex publicitar din Stoichițoiu

¹²⁷ se spune adesea că literatura Pleiadei și literatura antică formează un intertext.

¹²⁸ Progresie tematică, fenomen teoretizat de Școala de la Praga (Mathesius) și Danes (1974).

¹²⁹ Acea parte din enunț care, pentru a asigura avansarea procesului de comunicare, adaugă o informație nouă la ceea ce a fost deja comunicat

¹³⁰ În concepția lui A.J. Greimas care introduce termenul, textul reprezintă o serie de enunțuri succesive, a căror lectură trimite la o “totalitate de semnificații”, izotopia facilitând lectura întregului

¹³¹ vezi cunoaștere enciclopedică

¹³² Există numeroase distorsiuni ale acestor cadre care pot fi tematizate prin discurs.

Astfel, o peșteră (cadru empiric) poate fi folosită drept loc pentru oficierea unei slujbe religioase.

Alături de aspectul empiric al cronologiei, cel a calendarului, poate fi prezentă și “cronologia” pe care o implică un discurs: astfel un discurs poate fi datat “obiectiv” pe 15 ianuarie 2000 dar să se prezinte ca un discurs de amintire a 150 de ani de la nașterea lui Mihai Eminescu.

¹³³ eng. contextualization cue

¹³⁴ Adam (1992), în continuarea lucrărilor lui Werlich, apud D. Maingueneau, 1996

¹³⁵ A. Petitjean; *Les Typologies textuelles*, în *Pratiques* no.62, p.86-125

¹³⁶ Tipologiile enunțiative se bazează pe relația dintre enunț și situația de enunțare (cu cei trei poli: interlocutori, moment și loc al enunțării). Tipologia propusă de Benveniste (plan imbricat; distincția discurs/istorie)

-planul imbricat implică un reperaj în raport cu situația de enunțare, în timp ce planul neimbricat se prezintă ca independent de aceasta.

Această distincție teoretică nu acoperă situațiile în care enunțurile asociază în diferite moduri cele două planuri.

Tipologiile enunțiative care iau drept criteriu situația de enunțare se pot baza și pe alte fenomene cum ar fi prezența/absența mărcilor de subiectivitate enunțiativă sau eterogenitate.

¹³⁷ Termenul a fost introdus de M.Foucault (1969: 53) pentru a desemna totalitatea enunțurilor care se pot raporta la un sistem unitar de reguli, determinat istoric.

D. Maingueneau 1996: 42 consideră că prin introducerea acestei noțiuni, Foucault încerca evitarea termenilor tradiționali “teorie”, “ideologie”, “știință”.

¹³⁸ În cadrul marxismului de tip althusserian, vezi M. Pêcheux., *L'inquiétude du discours*, Editions des Cendres, Paris, 1990, p. 102

¹³⁹ D. Maingueneau, *Genèses du discours*, Mardaga, Liège, 1984, p.5

¹⁴⁰ Formațiunea discursivă considerată ca o identitate într-un interdiscurs ilustrează un alt sens al termenului **poziționare**.

Aceste valori sunt inseparabile în măsura în care primatul interdiscursului implică faptul că identitatea unei formațiuni discursive este un proces de redefinire constantă a relațiilor cu alte formațiuni discursive.

¹⁴¹ Kerbrat-Orecchioni, *L'implicite*, Armand Colin, Paris, 1986, p.196

¹⁴² tendința spre economie lingvistică

¹⁴³ **Maximele conversaționale ale lui Grice (1975).**

Maximă este termenul atribuit, în pragmatică, unei cerințe particulare ce decurge dintr-un anumit principiu (Cf. DSL).

Cele două principii fundamentale ale interacțiunii verbale - principiul cooperativ și principiul politeții - subsumează un număr de maxime specifice.

În opinia lui Grice (1975), Gazdar și Levinson, condițiile de bază ale folosirii eficiente și efective a limbajului în comunicarea umană sunt determinate de un **principiu al cooperării** care poate fi definit:

“Contribuția ta, în cadrul în care ea are loc, să fie așa cum se cere de către scopul convenit sau direcția discuției la care participi, la momentul la care are loc”

Maximele principiului cooperării descriu mijloacele raționale care asigură eficiența conversației.

Aceste maxime sunt:

Maxima cantității: reglementează cantitatea de informație furnizată de fiecare participant la un schimb verbal. Aceasta trebuie să se încadreze strict în limitele impuse de obiectivele schimbului respectiv (să nu fie nici insuficientă, nici excesivă)

Maxima cantității poate fi definită astfel:

- intervenția ta să fie atât de informativă pe cât necesară;
- nu face intervenția ta mai informativă decât este nevoie.

Principala cale prin care această maximă este încălcată

- se referă la lipsa “informativității” (“clisee politice, redundanță”);
- repetarea conceptelor cu sfere referențiale de aplicare identice (vorbitoarea să fie scurt);
- enumerarea tuturor membrilor unei totalități și, în același timp, prin numirea și a întregului
- prepunerea adjectivelor, ordinea neemfatică;
- folosirea excesivă a unor cuvinte-cheie aparținând unei anumite ideologii.

Maxima calității: cere ca interlocutorii să spună numai ceea ce cred că este adevărat. Aceasta exclude furnizarea unor informații false sau pentru care emițătorul nu are dovezi adecvate.

Maxima calității poate fi definită astfel:

- încearcă să faci astfel încât contribuția ta să fie una adevărată (din perspectiva comunicării optime), adică:
- să nu spui ceea ce crezi că este fals;
- să nu spui ceva despre care nu ai suficiente date (adecvate).

Maxima relevanței cere ca orice intervenție într-un schimb verbal să se coreleze cu celelalte și să fie strict legată de tema în discuție.

Maxima relevanței este adesea încălcată prin adăugarea unor propoziții generalizatoare inutile la ceea ce ar trebui să fie doar o indicație specifică.

Se consideră că orice grilă lingvistică reprezintă nu numai un rezultat al experienței sociale, ci și un mod în care o comunitate vede lumea.

Repetarea formelor lipsite de sens diminuează capacitatea receptorilor de a-și îndrepta atenția spre realitate, ceea ce determină o degradare a mijloacelor de recepție și, în consecință, o reducere a capacității de reacție imediată și adecvată, fie la nivel individual, fie la nivel social. Aceasta înseamnă în ultimă instanță o deformare a două dintre cele mai importante componente ale comportamentului uman: grilele cognitive și mijloacele de reacție prin folosirea “vorbăriei goale”

Maxima manierei se referă la modul în care trebuie formulate intervențiile în cadrul unui schimb verbal, reclamând claritate (manifestată prin evitarea obscurității expresiei, a ambiguității și a prolixității), precum și structurarea logică a enunțurilor.

H. P. Grice consideră că aceste maxime nu trebuie privite strict determinist și preluate *tale quale*. Grice subliniază modul în care comunicarea (optimă) este posibilă: interpretarea de

către receptor a enunțurilor interlocutorilor prin raportare la maxime la un nivel de profunzime (implicatură) este determinantă față de respectarea conformă a acestor maxime la nivelul emițătorului.

¹⁴⁴ Astfel, principiul care recomandă ca dicuția să nu fie monopolizată de un singur locutor este încălcat în cazul conferințelor, al cursurilor, al speech-ului politic.

Tot așa, în cazul discursului literar sau mediatic, cititorul sau auditorul poate fi ignorat și, uneori, pus în situația de a fi “violentat”, injuriat etc. .

¹⁴⁵ Punctul cel mai delicat ar fi oprirea proliferării genurilor: se poate evidenția o imensă varietate de subgenuri (vezi tipologia discursului).

¹⁴⁶ mai mult sau mai puțin ritualizate

¹⁴⁷ Condiții de reușită: condiții de a căror îndeplinire depinde performarea cu succes a unui anumit act ilocutionar (Concept introdus de J.L. Austin)

¹⁴⁸ M. Bahtin, *Esthétique de la création verbale*, Gallimard, Paris, 1984, p.285, apud D.Maingueneau (1996)

¹⁴⁹ Termen introdus de D. Maingueneau și F. Cossuta, *L'analyse des discours constitutants*, în *Langages* no.117, 1995

¹⁵⁰ Discursul religios, științific, filozofic, juridic, literar etc. au în comun un număr variabil de proprietăți în ceea ce privește condițiile lor de apariție și funcționarea enunțiativă. Aceste discursuri sunt pe rând autoconstitutive și heteroconstitutive

¹⁵¹ Comunitatea discursivă reprezintă grupurile sociale care produc și “administrează” un anumit tip de discurs. (D. Maingueneau: 1984).

Există o relație strânsă între grup și formațiunea discursivă asociată, în sensul că organizarea umană și discursurile sale sunt inseparabile.

Folosirea acestui termen trebuie făcută adecvat în funcție de referirea la cei ce produc discursurile sau la ansamblul larg al elementelor care sunt atașate acestei generări discursive.

Conceptul se poate aplica în două domenii diferite:

1) pentru instituțiile care generează enunțuri în mai multe limbi (cercetare științifică, organizații/întreprinderi multinaționale etc.).

Este vorba de ansamblul emițătorilor care au în comun

- același tip de discurs (științific, jurnalistic etc.)
- același set de norme
- același mod de viață.

2) pentru emițătorii care se plasează în poziții de concurență în cadrul aceluiasi câmp discursiv și care se individualizează prin maniera diferită de organizare (partide politice, școli științifice etc.)

¹⁵² Discursul raportat reprezintă modul de a reda într-un discurs vorbele atribuite unor surse diferite de cea a emițătorului. Problema se referă atât la clasificarea clasică:

- vorbire directă, vorbire indirectă și stil indirect liber-,
- cât și la modalitățile de redare prin ghilimele, italice, trimiterea la alt discurs (“după spusele lui A...”), și la strategii de validare a conținutului unei aserțiuni (“Vom avea alegeri anticipate, *dacă ar fi să-l credem pe A*”) sau a folosirii unui termen (Sunt pe tușă, *cum se spune/dacă pot spune așa/dacă pot să mă exprim astfel etc.*).

¹⁵³ discurs direct: redă replica exact în forma în care (se presupune că) a fost enunțată

¹⁵⁴ discurs indirect, se caracterizează prin raportare la stilul direct

¹⁵⁵ discurs indirect liber discurs indirect liber corespunde formelor mixte prezente în exprimarea orală ori în sintaxa populară

¹⁵⁶ J. Authier-Revuz, *Repères dans le champ du discours rapporté*, în *L'information grammaticale* no.55, 1992, p.38-42

¹⁵⁷ D. Maingueneau (1996: 30-31)

¹⁵⁸ D. Maingueneau; *Le tour ethnolinguistique de l'analyse du discours*, în *Langages* no. 105, 1992 p.120

¹⁵⁹ Vezi, de exemplu, discursul științific în care cei ce citesc sunt, de asemenea, cei ce scriu aceste tipuri de discurs

¹⁶⁰ Cum ar fi, de exemplu, publicațiile (ziare, reviste etc.) scrise de un număr relativ mic și citite de un public uneori foarte extins.

¹⁶¹ D. Maingueneau 1996

¹⁶² “Emitătorul are de fapt interesul de a oferi adesea un spectacol din ethosul unui om care se luptă cu limba, cu propriul său discurs sau cu al celorlalți”. D. Maingueneau 1996

¹⁶³ simultan cu realizarea enunțării, aceasta se evaluează singură, se comentează și solicită aprobarea partenerului la schimbul verbal (“dacă pot spune așa..., mai degrabă..., adică...”).

¹⁶⁴ Termenul **interdiscurs** cunoaște și alte definiții nu întotdeauna delimitate cu precizie.

Astfel, interdiscurs reprezintă un ansamblu de discursuri ale unui câmp discursiv sau aparținând unor câmpuri diferite, unor epoci diferite: “o articulare contradictorie de formațiuni discursive referitoare la formațiuni ideologice antagonice”. [Courtine (1981:54) apud D. Maingueneau 1996]

De asemenea, termenul “interdiscurs” poate fi atribuit unor unități discursive de dimensiuni variabile.

¹⁶⁵ Unii cercetători consideră că se poate vorbi despre un “sens interdiscursiv” pentru locuțiuni sau pentru expresiile cu caracter fix, “încrămăcit”, atașate în mod obișnuit cuvintelor și care contribuie la atribuirea unei “valori simbolice” acestora.

Pe o poziție opusă se situează specialiștii care folosesc termenul interdiscurs doar în relație cu formațiunile discursive.

Între aceste două poziții extreme se plasează unitățile discursive de dimensiuni diverse cum ar fi definiție lexicografică, strofa unui poem, nuvela, romanul etc.

¹⁶⁶ Authier-Revuz (1982) apud D. Maingueneau (1996)

¹⁶⁷ J. Authier-Revuz; “La non-coïncidence interlocutive et ses reflets métaénonciatifs”, în *L'interaction communicative*, Peter Lang, Berne, 1990, p. 174, apud D. Maingueneau (1996:46) distinge patru tipuri de glose, ca urmare a fenomenului alterității, emitătorul având o dezbatere interioară în care încearcă să mențină o limită cu ceea ce nu aparține discursului său.

1. non-coincidența discursului cu el însuși:

cum spune Descartes...Metoda în sensul lui Descartes

2. non-coincidența între cuvinte și lucruri, fenomene, stări etc.:

Cum aş putea să numesc acest lucru?

Iată termenul potrivit etc.

3. non-coincidența între cuvinte:

în sens figurat... în toate sensurile...

4. non-coincidența între locutor și interlocutor:

după cum spuneți...

spune-i pe nume...

¹⁶⁸ Astfel, discursul nu este doar un spațiu în care se introduce discursul altuia, ci este constituit în urma unei dezbateri cu alteritatea, fără a fi semnalate urme vizibile ale citării, ale aluziei etc.

¹⁶⁹ Vezi D. Maingueneau (1996)

¹⁷⁰ “Ceea ce este propriu oricărei formațiuni discursive este de a disimula, în transparența sensului care ia naștere în discurs, obiectivitatea materială și contradictorie a interdiscursului, determinând această formațiune discursivă ca atare, obiectivitate materială care rezidă în

faptul că “aceasta vorbește” întotdeauna “înainte, oriunde și independent”, adică sub dominarea complexului de formațiuni ideologice”.

¹⁷¹ Louis Althusser, reprezentant al recitirii textelor din perspectiva unei analize structuraliste; “*Citindu-l pe Marx*”

¹⁷² Jacques Lacan a propus în “*Patru concepte fundamentale ale psihanalizei*” o hermeneutică psihanalitică bazată pe analiza structurilor lingvistice și pe noțiunea de structură a subiectului.

¹⁷³ “definiția rețelei semantice care circumscrie specificitatea unui discurs coincide cu definiția relațiilor acestui discurs cu ALT discurs...De aici decurge caracterul fundamental dialogic al oricărui enunț al discursului, imposibilitatea de a disocia interacțiunea discursurilor de modul intradiscursiv de funcționare (a acestora, n.n.)”

¹⁷⁴ D. Maingueneau (1984: 27)

¹⁷⁵ un element subordonat nu este în mod necesar și periferic, în schimb, o poziție periferică este întotdeauna dominată

¹⁷⁶ un astfel de subansamblu trebuie să fie constituit din cel puțin două poziționări discursive între care să se stabilească relații puternice

¹⁷⁷ privilegierea acestei definiții poate fi pragmatică sau inspirată de marxism: discursul ca “praxis”

¹⁷⁸ M.Foucault, *Archéologie du savoir*, Gallimard, Paris, 1969, p.153

¹⁷⁹ Foucault pune în evidență condițiile instituționale ale legitimității poziției emițătorului

¹⁸⁰ D. Maingueneau (1984:154)

¹⁸¹ practica/formațiunea discursivă este astfel inseparabilă de comunitatea discursivă care a produs-o, de modul său de apariție și de difuzarea sa

¹⁸² vezi dialogism, interdiscurs, intertextualitate

¹⁸³ vezi Golopenția 1988

¹⁸⁴ (Foucault 1971:24).*Ordinea discursului*

¹⁸⁵ Pe lângă noțiunea de script există o adevărată proliferare a conceptelor înrudite: schemă, cadru, scenariu etc.

Acestea pleacă de la ideea conform căreia ipotezele pe care și le fac oamenii/subiecții asupra evenimentelor cu care se confruntă în mod regulat sunt supuse procesului transformare în stereotipii și se sprijină pe serii de evenimente care sunt stocate și reactivate în bloc.

¹⁸⁶ de Schank și Abelson 1977, apud D. Maingueneau 1996

¹⁸⁷ exemplu oferit de D. Maingueneau 1996

¹⁸⁸ Astfel, D. Maingueneau (1996) trece în revistă principalele orientări:

- 1) Charaudeau (1983:51) vorbește despre punerea în scenă/mise en scène pentru spațiul intern al comunicării.
- 2) Authier (1982) despre punerea în scenă/mise en scène a discursului de vulgarizare științifică;
- 3) Cossuta (1989:14) atribuie termenul de scenă filozofică pentru “rezultatul acestei munci de scriere prin care filozoful reprezintă procesul gândirii în chiar interiorul textului”
- 4) Maingueneau (1993:123) vorbește despre scenă la nivelul superior al enunțării, aplicând termenul tipului de discurs: genurile literare, de ex., mobilizează Scena literară, genurile științifice pun în mișcare Scena științifică etc.

¹⁸⁹ vezi suprasegmental

¹⁹⁰ vezi DISCURSL

¹⁹¹ Bougnoux 1991; apud D. Maingueneau 1996

¹⁹² Adică suportul material al mesajului, dar și rețelele tehnice și “umane” care îi fac posibilă mișcarea, circulația, răspândirea lui.

- ¹⁹³ R. Debray; *Cours de médiologie générale*, Gallimard; Paris, 1991, p. 14 apud D. Maingueneau 1996
- ¹⁹⁴ vezi distincția difuzare/propagare
- ¹⁹⁵ Termenul multicanal este înlocuit adesea de pluricod, multicod, plurisemiotic ...
- ¹⁹⁶ corpus determinat de ansambluri de substituții lexicale
- ¹⁹⁷ De exemplu, "astrologia - această pseudoștiință"
- ¹⁹⁸ eng. *relevance*
- ¹⁹⁹ Grice (1979) a făcut din relevanță /relevanță una dintre maximele care reglează schimbul verbal (vezi principiul cooperării)
- ²⁰⁰ Noțiune introdusă de Pêcheux și folosită în special de Școala franceză a analizei discursului.
- ²⁰¹ Pêcheux (1990:43), apud D. Maingueneau 1996
- ²⁰² C.Kerbrat-Orecchioni 1986: 97, apud D. Maingueneau 1996: 48
- ²⁰³ sau în structura limbii
- ²⁰⁴ Martin 1976:39, apud D. Maingueneau 1996
- ²⁰⁵ Ceea ce nu vrea să spună că un partener va lăsa întotdeauna să treacă o presuposiție, că nu o va pune în discuție. Dar în acest caz schimbul verbal poate căpăta o turnură polemică.
- ²⁰⁶ De ex., locuțiunea adverbială **de aceea** nu asertează cauzalitatea, ci o implică în cadrul unei convenții spre deosebire de elementele conjuncționale **deoarece, fiindcă, pentru că** etc. Exemplu: Maria e tânără, de aceea are atâta energie.
- ²⁰⁷ Vezi de ex., ironia din enunțul "Deștept băiat!"
- ²⁰⁸ R. Jakobson a introdus termenul (eng. *Shifter*). Termenul suferă o concurență sinonimică din partea următorilor termeni: elemente deictice (Bühler), expresii referențiale, elemente indiciale, simboluri de indexare (vezi D. Maingueneau 1996:33).
- ²⁰⁹ În planul enunțării în discurs, "cineva se adresează cuiva, enunță ca locutor și organizează ceea ce spune în cadrul categoriei persoanei" (Benveniste 1966, p.242, apud D. Maingueneau 1996: 34)
- În planul enunțării "istoriei/povestirii" "evenimentele par a se povesti ele însele"
- Reformularea opoziției discurs/povestire s-a făcut prin introducerea unui plan de enunțare cu ambreiori și un plan fără ambreiori (Simonin-Grumbach 1975, D. Maingueneau 1996:
- ²¹⁰ C. Kerbrat-Orecchioni, *L'énonciation de la subjectivité dans le langage*, Armand Colin, 1980, p.32
- ²¹¹ Sens afectiv negativ, depreciativ, care marchează o atitudine defavorabilă; vezi de exemplu, substantive ca *prostălău, gogoman, prostănac* etc.
- ²¹² sens afectiv pozitiv, care marchează o atitudine favorabilă
- ²¹³ Ansamblul asocierilor afective legate de utilizarea contextuală a unui cuvânt; conotație
- ²¹⁴ D. Maingueneau (1996: 40)
- ²¹⁵ Sinonimia funcționează numai în cazul comunicării orale, în care **locutor** este echivalent cu **subiect vorbitor**
- ²¹⁶ A: Ești un prost!
- B: a, adică sunt un prost, vasăzică
- ²¹⁷ sau interlocutor în conversație
- ²¹⁸ M.-M. De Gaulmyn, "Les régulateurs verbaux: le contrôle des récepteurs", în Cosnier J. et Kerbrat-Orecchioni, *Décrire la conversation*, Presses Universitaires de Lyon, 1987, p.204
- ²¹⁹ J. Cosnier, *Oralité et gestualité dans l'interaction conversationnelle*, în Gentili B. et Paioni G. (ediscurs.), Milano, Atena, 1985
- ²²⁰ De Gaulmyn, op.cit.
- ²²¹ vezi locul comun în literatură

- ²²² bună ziua, ‘neața, hallo, salut, bună etc. ierarhie, stiluri, argou
- ²²³ rol de captatio benevolentiae, tipologie după inserarea în discurs
- ²²⁴ B. Malinowski, “The Problem of Meaning in Primitive Languages ” în Ogden C.K. and Richardscurs I.A., *The Meaning of Meaning*, Kegan Paul; Londra, 1923, p.315, apud D. Maingueneau 1996
- ²²⁵ R. Jakobson, *Lingvistică și poetică*, în *Probleme de stilistică*, București, Editura Științifică, 1964, p. 83-125
- ²²⁶ C. Kerbrat- Orecchioni(1990:18)
- ²²⁷ Peytard și Moirand (1992:147), apud D. Maingueneau 1996
- ²²⁸ vezi definiții științifice alternative, discursul știrilor pe înțelesul oamenilor simpli, problema nespecialistului etc., apelul la cuvinte pe înțeles, simple etc.
- ²²⁹ necesitatea de a se face înțeles
- ²³⁰ necesitatea de a construi o legătură socială pozitivă
- ²³¹ Reformularea este atunci exploatată în analiza discursului drept un simptom, considerat revelator al “Punctelor în care un discurs alege să pună în mod explicit frontierele, limitele, demarcările” (Authier-Revuz 1984: 105).
- ²³² Lucrările asupra textelor literare inspirate de Eco 1985 au arătat că în textele cele mai “scrise” lectorul joacă un rol esențial în enunțare.
- ²³³ H.R. Jauss; *Pour une esthétique de la réception*, Gallimard, Paris, 1978
- ²³⁴ Termenul a fost introdus de Bahtin (1970) în lucrările sale asupra operei lui Dostoievski, în care mai multe voci se exprimă fără ca una să fie dominantă.
- ²³⁵ Lucrare în care sunt preluate temele sau mijloacele de expresie ale unui autor (important); imitație, copie.
- ²³⁶ Creație literară în care se preiau temele, motivele și mijloacele artistice ale altei opere sau ale unui autor în scopul de a obține un efect satiric sau comic.
- ²³⁷ Enunț concis care exprimă o reflecție generalizatoare; se păstrează în memoria poporului și circulă, în special, oral.
- ²³⁸ Pêcheux (1969:18)
- ²³⁹ Aceste “formațiuni imaginare” sunt construite pe întrebări implicite: cine sunt eu pentru a-i vorbi astfel? Cine este el pentru a-i vorbi astfel? Cine sunt pentru a mi se vorbi astfel? Cine este pentru a-i vorbi astfel?
- Analiza discursului trebuie să degajeze relațiile complexe între aceste locuri și “formațiunile imaginare”.
- ²⁴⁰ F.Flahault, *La parole intermédiaire*, Ed. Du Seuil, Paris, 1978, p.58, apud D. Maingueneau1996
- ²⁴¹ Într-un raport de locuri se marchează pe rând locul pe care cineva pretinde să-l ocupe și ce loc se presupune că îi este atribuit coemițătorului: a te plasa ca profesor înseamnă a-i atribui altuia locul de elev. Dar cum acesta din urmă poate contesta locul ce îi este atribuit, foarte multe dintre interacțiunile verbale sunt în fapt o negociere constantă a locului fiecăruia.
- ²⁴² Termenul este folosit și independent de această problematică drept variantă a contextului. Termenul este folosit din ce în ce mai rar deoarece se consideră că minimizează dimensiunea interacțională a discursului și caracterul construit în calitate sa de dat al situației de comunicare.
- ²⁴³ vezi **preconstruct**
- ²⁴⁴ Courtine (1981: 23)
- ²⁴⁵ (*Cum vă place*, actul II, scena VII)
- ²⁴⁶ Sfintele Taine sunt cele șapte ritualuri din religia creștină prin care credincioșii consideră că li se transmite harul divin (botezul, căsătoria, spovedania, mirul, împărtășania, hirotonia și maslul).

²⁴⁷ Acest concept a fost introdus de Bahtin (1984: 295); Vezi J.-M. Adam; F. Revaz, *Analiza povestirii*, Institutul european, Iași, 1999

²⁴⁸ vezi comunitate discursivă

²⁴⁹ Termenul reprezintă o traducere a conceptului eng. *participation framework*

²⁵⁰ Se întâmplă adesea ca locutorul să se adreseze participanților fără să fie constituiți astfel. Aceste decalaje sunt exploatate în general în teatru. Kerbrat-Orecchioni (1990: 92) vorbește despre tropi comunicaționali în condițiile în care “destinatarul, care în virtutea indicilor de alocuțiune face în principiu figură de destinatar direct, nu constituie de fapt decât un destinatar secund”.

²⁵¹ eng. *bystanders*

²⁵² J. Peytard, “D’une sémiotique de l’altération” în *Configurations discursives*, SEMEN 8, Université de Besançon, 1993, p.148), apud D. Maingueneau 1996

²⁵³ Acest termen a fost propus și introdus în analiza discursului de Kerbrat-Orecchioni (1992:75)

²⁵⁴ Charaudeau 1983:50, apud D. Maingueneau 1996

²⁵⁵ Maingueneau (1990:VI) consideră că, în discursurile literare, autorii caută adesea să stabilească un contract inedit cu lectorul prin transgresarea (chiar violarea) contractelor deja stabilite.

²⁵⁶ (Roulet *et. al.* 1985)

²⁵⁷ vezi sensul lui dialog politic, social etc.

²⁵⁸ dă exemple

²⁵⁹ Termenul este impus de Bahtin și este folosit în analiza discursului

²⁶⁰ vezi punerea de probleme, aflarea răspunsurilor ca activitate umană.

²⁶¹ Din perspectiva lui Bahtin, termenul monologic se aplică peiorativ unei concepții asupra limbajului sau literaturii care nu recunosc natura sa profund dialogică. Bahtin aplică termenul monologic și operelor literare non polifonice, și prin extensie textelor.

²⁶² Roulet *et al.* (1985: cap.1) face o paralelă între opoziția monologal/monologic și dialogal/dialogic.

²⁶³ Kerbrat-Orecchioni (1990:15)

²⁶⁴ Termenul dialogic este afectat de aceeași ambiguitate care planează și asupra termenilor interactiv sau interacțional. Din perspectiva lui Bahtin, termenul se aplică la orice discurs, fie că este vorba de dialog în sens strict sau nu, pe baza dialogismului inerent limbii.

Se constată atât sinonimia, cât și folosirea specializată a lui dialogal și dialogic

²⁶⁵ Charaudeau (1989:21) propune folosirea termenului interlocutiv în locul lui dialogal.

²⁶⁶ Kerbrat-Orecchioni (1990:15) propune sensuri diferite pentru dialogal și dialogic.

²⁶⁷ (de limbă) franceză, Cf. DEX

²⁶⁸ Pentru a fi o adevărată interacțiune și nu doar o prezență a indivizilor care vorbesc

²⁶⁹ vezi Capitolul “Dezbaterea politică electorală”

²⁷⁰ Problema centrală a constituirii noțiunii de schimb pare a fi numărul replicilor care îl constituie: două sau trei? Deci cum se decupează o interacțiune:

- după rolul pe care îl joacă unitățile în dinamica conversațională
- după aspectul formal, adică alternanța accesului la cuvânt

De asemenea, comportamentul nonverbal: mimica de reacție face parte dintr-un schimb sau nu?

²⁷¹ D. Maingueneau (1996:32)

²⁷² vezi Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Conversația. Structuri și strategii. Sugestii pentru o pragmatică a românei vorbite*, Editura All, București, 1999

²⁷³ unii sunt participanți la conversație, alții pot fi “observatori”, inclusiv cei care înregistrează conversațiile în diferite scopuri; vezi scandalul telefoanelor ascultate, “firul roșu” etc.

²⁷⁴ conversația la masă reprezintă un aspect important al socializării

²⁷⁵ Kerbrat-Orecchioni 1990; Vion 1992)

²⁷⁶ Pentru analiza de tip anglo-saxon acest concept poartă numele de tranzacție /eng. Transaction (Sinclair și Coulthard 1975).

²⁷⁷ vezi Caragiale: revenirea la “cestiune”

²⁷⁸ Pentru Goffman (1974:81) această extindere a termenului în domeniul discursului ar fi legitimă deoarece “în societățile noastre “eul este în parte un obiect sfânt, pe care este convenabil să-l tratezi cu grija rituală care se impune”.

²⁷⁹ Charaudeau (1983: 54), apud D. Maingueneau 1996

²⁸⁰ sau *înscriere la cuvânt*; *a lua cuvântul* într-o interacțiune; termenul redă conținutul termenilor fr. *tour de parole* și eng. *turn-talking*

SURSE LEXICOGRAFICE:

DISCURSL: Bidu-Vrănceanu, Angela; Călărașu, Cristina; Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana; Mancaș, Mihaela; Pană Dindelegan, Gabriela; *Dicționar General de Științe. Științe ale limbii*, Editura Științifică, București, 1997.

DEX'96: *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, ediția a II-a, Editura Univers Enciclopedic, București, 1996.

PARTEA a II-a DEZBATEREA

Definiții și delimitări

Dezbaterea reprezintă un tip de discuție (conversație cu o componentă argumentativă puternică) între persoane care nu au aceeași părere în legătură cu un anumit subiect și care se desfășoară, de cele mai multe ori, într-un cadru prestabilit. Schimbul verbal este organizat și se supune unor reguli cum ar fi :

- limite de timp
- durata și ordinea intervențiilor
- numărul participanților
- tema supusă discuției.

Dezbaterea are, în general, un public și un moderator care veghează la buna desfășurare a interacțiunii verbale.

Dezbaterea se caracterizează printr-un dispozitiv enunțativ mai complex decât cel al schimburilor private:

- la un prim nivel, participanții vorbesc și ocupă pe rând funcția de emițător și receptor, iar moderatorul, prin intervențiile sale asigură funcția de structurare a schimbului verbal;
- la un nivel secund, auditorii/(tele)spectatorii ascultă și îi văd pe participanții de la primul nivel și se limitează la rolul lor de simpli receptori, simultan cu plasarea lor, de cele mai multe ori, la rangul de principali destinatari ai mesajelor (în anumite dezbateri problema este nu convingerea adversarului, cât a publicului= trop comunicational). Eterogenitatea audienței determină eforturi pentru captarea, menținerea și convingerea acestora de către participanții la interacțiune.

Dezbaterea nu vizează întotdeauna obținerea consensului/acordului.

Astfel, ea se opune discuției (=dialog în care interlocutorii caută cu bună credință și fără *parti pris* cea mai bună soluție a unei probleme controversate iar fiecare parte este gata să-și modifice părerea dacă i se aduc argumente relevante).

În dezbaterea electorală, ca și în înfruntarea juridică dintre acuzare și avocatul apărării, nu se pune problema ca punctele de pornire să fie repuse în discuție de fiecare parte.

Din contră pozițiile inițiale sunt apărate până la sfârșit iar concesiile, dacă intervin, privesc doar aspectele accesorii care permit o mai bună susținere a esențailor. Confruntarea nu are drept obiect stabilirea adevărului (cf.dialogul platonician), ci succesul bătăliei.

Este un discurs apropiat de ceartă²⁸¹ (care se naște într-un climat de agresivitate sau de încăpățănare, în care nici una dintre părți nu este dispusă să-și schimbe părerea, chiar dacă se află în fața unei argumentări convingătoare). Fiecare actor vrea să învingă, chiar să-l umilească pe celălalt, să-l "șifoneze" imaginea, obiectivul fiind victoria cu orice tip de argumente.

Dar dezbaterea este diferită de ceartă, în sensul că obiectivul real al părților aflate în interacțiune este de a impresiona o a treia parte, judecător sau auditoriu, care se va pronunța asupra valorii argumentelor utilizate. Tot spre deosebire de ceartă, dezbaterea este condusă de reguli stabilite, în general, la început. Dezbaterea nu este un dialog euristic ci o formă care asociază elemente de discuție cu elemente de ceartă (fiind un teren al manifestării violenței, al încălcării principiului cooperativ și al maximelor conversaționale).

Astfel, în cursul unui schimb verbal, putem observa alunecarea de la un tip la altul de dialog, folosirea unor procedee ca atacul, argumentum ad hominem, injuria, intimidarea etc., care fac uneori ca dezbaterile să capete aspectul unei certe.

Dezbaterile este o practică socială și instituțională. În unele cazuri, exercitarea sa este monopolul persoanelor pregătite special (prin formație universitară) pentru aceasta (vezi discursul oratoric, pledoaria etc.).

Practicarea acestui tip discursiv este supusă unei constrângeri, cea de autorizare, de acordare a calității; pentru a lua cuvântul trebuie să o faci într-o calitate (vezi satul, rol), să fii reprezentantul unui grup, membru al unei asociații etc.

Există limite care privesc durata, obiectul, momentul în care poate avea loc; există reguli, reglementări, și, prin acestea, dezbaterile au un puternic caracter normativ-prescriptiv.

Schimbul nu este liber, depărtarea de subiect, abaterea, digresiunea sunt sancționate prin apeluri la ordine; limbajul dezbaterii are adesea un caracter spontan.

Istoric

Dezbaterile antice

Forma de bază a dezbaterii antice reprezenta un cadru în care conducătorii militari și/sau politici vorbeau în fața armatelor. Deși apropiată de discurs, această formă se baza pe o opoziție discursivă în care oratorul îndeplinea ambele roluri. Istoria îl consemnează pe Nicias, care, în timpul expediției Atenei contra Siracuzei (415-413 î.Hr.) a ținut două discursuri opuse în conținut (unul de încurajare pentru armată și unul de îngrijorare și alertare pentru Adunarea Atenei)

Dezbaterile homerice (sec. IX î.Hr.) urmau un model simplu: discuția dintre adversari se desfășoară în fața poporului (reuniunile sfaturilor²⁸²), care ascultă și încurajează, intervine în dezbateri. Modelul adunării homerice: publicul deliberează după ce a auzit discursurile ținute de cei care s-au ridicat pentru a vorbi.

Cea mai mare parte a dezbaterilor democrației ateniene ne-au parvenit sub formă parafrazelor din opera lui Tucide²⁸³ (politicienii nu-și scriau discursurile).

Duelul oratoric

Tip de dezbateri aprinsă în cursul căreia nu se căuta consensul ci victoria; reprezenta un exercițiu la care publicul asista ca la un spectacol sportiv, apreciind abilitatea și cunoștințele oratorilor. Arta controversei a cunoscut o dezvoltare deosebită în timpul sofistilor (sec. V î.Hr.) și și-a găsit o expunere sistematică în *Topicele*²⁸⁴ lui Aristotel. În legătură cu această practică, Aristotel și-a formulat concepția dialectică, a cărei particularitate este de a reînnoa cu o tradiție respinsă de Platon²⁸⁵, aceea a retorilor și sofistilor.

Dialectica reprezintă pentru Aristotel o artă a probabilului, a verosimilului, care permite supunerea oricărei teze la testul pro și contra²⁸⁶.

O altă formă a dezbaterii antice o constituia sistemul de discursuri fictive concepute pentru dezbateri imaginare cum ar fi, de exemplu, discursurile compuse între 380-339 î.Hr. de Isocrate.

În Evul mediu, dezbaterile ia forma unui gen poetic dialogat, cultivat de trubaduri și truveri, de la începutul sec. XII, la început în latină (*disputatio*), apoi în variantele “vulgare” ale

limbilor (franceză, în special). Dezbateră reprezenta un duel verbal în cursul căruia adversarii se măsurau cu “arme retorice” și în care conta, în primul rând, funcția ludică și nu stabilirea învingătorului.

Disputatio în perioada medievală²⁸⁷ are caracterul unui cod ritualizat ale cărui perceptive erau adunate într-un tratat numit *Ars obligatoria* (sec.XV), care guverna *disputatio* pentru a împiedica devierea discuției de la problemele principale. Principalul izvor pentru materialul tematic îl constituiau *Topicele* lui Aristotel.

În sec.XVI, disputa a luat forma discuției publice asupra marilor probleme ale teologiei, istoria înregistrând celebra dispută de la Berna (1528).

Istoria literaturii înregistrează genul dezbaterii sub forma unei opere desfășurate ca o discuție între mai multe persoane (sau personificări, abstractizări) asupra unei teme date. Ficțiunea impune prezența unui judecător, căruia îi revine de obicei, rolul de a decide asupra problemei puse în discuție.

Dezbateră în literatură consemnează, printre altele, operele lui Aristofan (445-386 î.Chr) - *Norii* (423 î.Chr), *Broaștele* (405 î.Chr); ale lui Teocrit (315- 250 î.Chr) și Virgiliu (sec.I î.Chr), lucrarea chinezească de filozofie politică : *Dezbateră asupra sării și a fierului* (81 î.Chr) concepută ca un dialog între ideile confucianismului și cele ale guvernului și, peste secole, *Dezbateră dintre inimă și corp* a lui François Villon (1431-1463) și *Divanul sau Gâlceava înțeleptului cu lumea* a lui Dimitrie Cantemir (1673-1723).

Dezbateră publică modernă ia forma dezbaterii televizate, a talkshow-ului, marcate de prezența moderatorului și desfășurate în fața unui auditoriu invizibil sau prezent.

În acest context, dezbateră-polemică favorizează alunecarea către spectacol. Schimbul verbal scapă adesea controlului moderatorului. Procedeele tipice ale interacțiunii verbale constau în suprapuneri, demaraje concurențiale, competiție pentru înscrierea la cuvânt, ratarea conversației etc.

Tipologia emisiunilor de dezbateră televizată:

- Dezbateră electorală cu prezența unor ziariști;
- Dezbateră- maraton cu un număr mare de participanți;
- Dezbateră -discuție: schimbul verbal se desfășoară asupra unei teme problematizate care se desfășoară pe un fond de curiozitate; emisiunea este aglomerată cu interviuri înregistrate care susțin linia argumentativă (vezi, de exemplu, emisiunea *Orient expres*).

Strategii interacționale în dezbaterile televizate

Cadrul teoretic

Analiza modelului integrativ al lui Willis Edmonson pune în evidență existența a cinci tipuri fundamentale de mișcări interacționale (W. Edmondson 1981: 86-89, apud Liliana Ionescu-Ruxăndoiu 1995:52):

- | | |
|---------------|--|
| OFERTA : | se introduce o temă de conversație |
| SATISFACEREA: | se comunică emițătorului precedent faptul că intenția sa |

RESPINGEREA:	perlocuționară a fost eficientă emițătorul încearcă să-l determine pe partener să-și retragă complet oferta inițială; o asemenea mișcare reflectă neconcordanța cu intențiile perlocuționare ale partenerului
CONTRACARAREA:	emițătorul încearcă să amendeze conținutul mișcării precedente, determinându-l pe partener să revină parțial asupra spuselor sale; în acest caz, oferta este acceptată, dar numai într-o vresiune modificată
RE-OFERTAREA:	inițiatorul unui schimb propune o versiune modificată a primei sale oferte; esența noii versiuni nu mai este identică cu cea a versiunii inițiale

Modul specific de structurare a dezbaterii poate fi făcut dintr-o dublă perspectivă :modelului conversațional al etnometodologilor²⁸⁸ (H.Sacks, E. Schegloff, G. Jefferson) și cel integrativ²⁸⁹ al lui W.Edmonson.

DEZBATEREA POLITICĂ ELECTORALĂ LA TELEVIZIUNE

Motto:

“Ce este o confruntare la televiziune? O dispută în care sunt angajate nu atât idei, temeinicia pozițiilor, cât replici cu efect, clișee construite din vreme, modalități de adresare, prestații compuse pentru a sugera adevăruri, a stimula anumite percepții, aprișului releifarea unor atitudini. ” Paul Dobrescu, *op.cit.*, p.240

A. Analiza dezbaterii electorale finale din 1996 dintre candidații Ion Iliescu și Emil Constantinescu se va face pe baza unor fragmente desprinse din cartea lui Paul Dobrescu, *Iliescu contra Iliescu. Analiză din interior a campaniei electorale 1996*, Editura Diogene, București, 1997

Trebuie menționat că dezbaterea s-a desfășurat în două etape: prima cea a confruntării directe, guvernate de schimburile interacționale firești ale conversației, a doua reprezentând o structură mai rigidă, constrânsă de reguli acceuate de participanți (care și-au adresat întrebări directe, câte patru fiecare).

STRATEGII folosite în prima parte a dezbaterii

Emil Constantinescu

1. Afirmarea poziției favorabile, a imaginii de lider a formațiunii pe care o reprezenta:

“Nu știu dacă știți, domnule Iliescu, că președintele Convenției Democrate sunt eu și că această formațiune a câștigat alegerile generale” [ironie, suprapunere peste imaginea de învingător] p.241

2. Atac la adresa competenței contracandidatului:

“Deci, dacă să spunem, nu prin absurd, ci prin votul popular normal, ați mai obține un mandat de patru ani, ce garanții am avea noi că în următorii ani ați face ce nu ați făcut în cei șapte ani? Nici una!” p.241

nu prin absurd, ci prin votul popular normal [formulare voit neutră, acceptarea jocului democratic]

ce garanții am avea noi că în următorii ani ați face ce nu ați făcut în cei șapte ani? Nici una!”[întrebare retorică; argumentul continuității; răspuns negativ în poziția finală (poziție tare, de punctare a mesajului)]

3. Discurs complex aplicat pe program, angajant, poziționat pozitiv, antitetice; discurs de tip problemă-soluție

“De fiecare dată domnul Iliescu vine și ne spune <<De unde aveți bani? N-aveți bani. Nu se poate face>> Domnule Iliescu, ați fost șapte ani la conducerea acestei țări, șapte ani nu am auzit decât acest lucru: << Nu se poate face. Nu există bani>>. Eu m-am angajat în această campanie electorală pentru a spune că se poate, că banii există, dar ei sunt furați din averea națională; ei sunt blocați, cum este cazul blocajului financiar de care am discutat – care este uriaș, este ca un buget, deci este mai mare decât bugetul național, sunt bani care stau, care nu produc – fie căe este vorba de economia subterană, care reprezintă numai prin taxele care nu se plătesc, dublul <<Contractului cu România>>” p.242

De fiecare dată domnul Iliescu vine și ne spune <<De unde aveți bani? N-aveți bani. Nu se poate face>> Domnule Iliescu, ați fost șapte ani la conducerea acestei țări, șapte ani nu am auzit decât acest lucru: << Nu se poate face. Nu există bani>>. [discurs raportat]

Eu m-am angajat în această campanie electorală pentru a spune că se poate [poziționare pozitivă; deschidere, promisiune]

4. Adoptarea unui discurs complex ca răspuns la cererea de precizare a poziției ce încheie secvența contracandidatului [acuzele de încălcare a maximei cantității (nu a spus tot) și a maximei calității (nu a fost sincer) bazate pe discursul raportat (al lui Emil Constantinescu și al unui text de ziar)].

Iată în continuare succesiunea schimburilor verbale:

Ion Iliescu : În legătură cu resursele necesare, interne și externe, mie mi se pare insuficient fundamentat ce s-a prezentat până acum în programul CDR – atât resursele interne cât și cele externe. Pentru cele interne, totul se rezumă la niște resurse din economia subterană, și când se poate, sigur, o să se intensifice rigoarea financiară, dar aceasta este o chestiune de incertitudine – sau reducerea cheltuielilor administrative – protocol ș.a.m.d. În al doilea rând s-a vorbit despre resurse externe, un posibil credit – a spus domnul Constantinescu – de 60 de miliarde de dolari. Întâmplător, am în față un articol semnat de domnul Valentin Hossu Longin în revista Cuget, a mișcării pentru Regatul României, care se referă la ceva similar, cum ar fi un concern, un consorțiu de bănci nord-americane, japoneze, vest-europene care ar fi dispuse să ne ofere nouă, spune dânsul, vreo 40 de miliarde de dolari și spune că garantul acestei chestiuni ar fi Casa Regală Română, singurul reprezentant credibil fiind Regele Mihai. Aș vrea să-l întreb pe domnul Constantinescu dacă la această sursă se referea dânsul când

vorbea despre această posibilă finanțare a noastră la nivelul de 60 de miliarde de dolari. [acuzele de încălcare a maximei cantității (nu a spus tot) și a maximei calității (nu a fost sincer)].

Emil Constantinescu:

Marele om politic Nicolae Titulescu spunea: “Când am acceptat urcușul în politică, am acceptat ca în fiecare dimineață să înghit pe stomacul gol o broască râioasă”. [discurs raportat; citat; argumentul autorității citate]

Este un lucru pe care trebuie să-l accepți că, intrând în politică, suferi o serie de atacuri care nu au nici o legătură cu subiectul și care reprezintă obsesii, calomnii sau teme deja răsuflate.[generalizare; asumare implicită a răspunderii politice; atac]

Eu cred că trebuie să ne concentrăm pe probleme reale.[reofertare]

N-avea nici o legătură aici Casa Regală și articolele citate de domnul Iliescu.[respingere a atacului]

Mă rog [concesie], sper ca pe parcursul emisiunii vom reuși să dăm un ton mai serios discuției noastre...[reofertare sub forma speranței; tăcere semnificativă]

Hai să vedem acum ce vom face. [ofertă]

În primul rând, problema centrală este a agriculturii și trebuie să plecăm de la necesitatea de a transforma micul proprietar de astăzi într-un fermier.[nu mai este și un al doilea rând, al treilea rând etc.]

În toți anii care au caracterizat regimul Iliescu, anual au rămas nearate din toamnă, din 1990 până în 1996, aproximativ 5 milioane de hectare de teren arabil, ceea ce reprezintă jumătate din suprafața arabilă a țării. Paguba noastră este de 7-8 milioane de tone de cereale, cam 1,5 miliarde de dolari sau 5000 miliarde de lei producție agricolă primară, ceea ce reprezintă aproximativ 28-30 miliarde de lei produse agroalimentare finite. Dacă prin lege am lua de la bugetul statului 2,5–3 miliarde de lei fără dobânzi și fără rambursare, cu destinație precisă – cultivarea pământului -, în 3-4 ani de zile agricultura, respectiv gospodăriile țărănești, se vor capitaliza, țăranii vor deveni fermieri întreprinzători, iar la bugetul statului se vor adăuga, pe lângă bugetul actual anual, aproximativ 9000 de miliarde de lei, cu care vom asigura onorarea promisiunilor sociale din Contractul cu România. Acestea nu se vor face pe producția primară, pentru că acolo am propus scutirea de impozit agricol, ci pe zona secundară. Vom pune în mișcare producția de tractoare, pentru ca prin aceasta apoi se va crea front de lucru pe piața internă – și pentru siderurgie, și pentru metalurgie, și pentru industria chimică, de îngrășăminte și pesticide; 1,5 milioane de oameni vor avea un loc sigur de muncă și vor putea să rămână în mediul rural. Celelalte surse care privesc industria derivă în primul rând – așa cum am mai spus, și repet acest lucru – din atacarea blocajului financiar.. Blocajul financiar – și această cifră trebuie să intre în mintea fiecărui român care ne ascultă [injonctiv] – este acum de 20 000 de miliarde de lei. Deci, tot bugetul național este de 18 000 miliarde de lei. Acest lucru se datorește exclusiv incompetenței guvernului – domnul Iliescu a recunoscut ieri că asta este [autoritate citată], nimeni nu poate s-o nege – și că există tehnici, nu financiare de deblocare, există stimulare a unor bănci de investiții, care să poată să rupă acest cerc care nu permite întreprinderilor nici cel puțin să-și plătească CAS-urile.[discurs de program]

Ion Iliescu: Îmi pare foarte rău, domnul Emil Constantinescu nu răspunde la “cestiune”...[Respingere glumeată, aluzie, intertext Caragiale]

Emil Constantinescu: Ce trebuie să precizăm este că trebuie [repetare trebuie, ton autoritar] să fie discutate afirmațiile mele, și nu ce citește domnul Iliescu prin diferite ziare. Or, Contractul cu România nu este legat în nici un fel de acest lucru, nu are nici o legătură cu suma de 50 de miliarde de dolari pe care le discută domnul Iliescu; și am arătat și în ceea ce privește economia subterană – și noi o venim cu date chiar în această discuție, cu date certe, care arată cu cât este păgubită economia națională datorită neintervenției factorilor de resort și, în primul rând, sigur, a modului în care președintele a tratat această problemă.

Emanuel Isopescu: Domnule Constantinescu, vă mulțumim.

Ion Iliescu: Dumneavoastră vă uitați propriile afirmații. Dumneavoastră vă aparține afirmația cu 60 miliarde de dolari. Ceea ce am citat acum se referă la 40 de miliarde, la fel de neserioasă. La asta mă refeream, nu la altceva. [atac; acuză de încălcare a maximei calității, a cantității, a relevanței]

Emil Constantinescu: Dar nu discutăm această problemă.[respingere]

Ion Iliescu: Bine, mă refeream la resursele care pot fi antrenate pentru această modernizare...[reofertare; autocorectare; întrerupere]

Emil Constantinescu: Dumneavoastră aveți o imagine primitivă [atac la persoană, insultă] în care vă imaginați că cineva cu un sac de bani pe care-i depune undeva...[analogie; exemplu; neclar; întrerupere]

Ion Iliescu: Vedeți? [“vedeți” apare atât ca un act de reacție la o intervenție anterioară, cât și ca un element ce ține de domeniul modalității – de identificare, de certitudine, de evaluare a situației]

Emil Constantinescu: Este vorba de investițiile strategice care se vor face în România pe o perioadă îndelungată de timp. [reofertare; revenire la program]

“Dezbaterea finală este un punct culminant. De ea se leagă marile speranțe, mai ales când “meciul” nu este decis, în mod clar, în celelalte reprize”²⁹⁰.

Cadrul dezbaterii electorale la televiziune impune adesea o structură de tip OFERTĂ + ATAC. Această dinamică este ilustrată, de exemplu, de seriile de patru întrebări directe²⁹¹ pe care și le-au adresat candidații în dezbaterea finală din 1996. Vezi Paul Dobrescu, op.cit., p. 249 și urm.

Emil Constantinescu:

1. Domnule Iliescu, ați declarat la televiziune, chiar la Televiziunea Română că sunteți liber cugetător. Aceasta conform tuturor dicționarilor limbii române înseamnă ateu, necredincios sau fără Dumnezeu. Sigur că omul se poate schimba. Pot să se producă chiar zguduiri sufletești. La Antena 1, în dialogul pe care l-am avut, v-am întrebat dacă credeți în Dumnezeu. Ați dat, sigur, un răspuns care mie, așa ca om, mi s-a părut neconvincător.

Acum aş vrea să vă întrb, pentru că totuşi suntem într-o ţară creştină, vă este frică de Dumnezeu, domnule Iliescu?

1. Domnule Iliescu, ştiţi sau v-aţi gândit cum poate o familie cu două salarii medii să crească doi copii? [atac implicit Emil Constantinescu are doi copii şi ştie, Ion Iliescu nu are copii; populism]
2. Ieri a fost adusă în discuţie problema caselor, această obsesie a dumneavoastră – a caselor naţionalizate, problema chirieşilor, pe care le-am lămurit în sfârşit acum. Chirieşii sunt lămurii. Dcaă nu sunteţi dumneavoastră lămurit, asta este altă problemă. Tocmai de aceea, vreau să vă pun o întrebare legată de acest lucru, pentru că la un moment dat aţi ridicat problema casei de serviciu. În lege este prevăzută o locuinţă de protocol. Aţi afirmat că sunteţi chirieş. Ce aveţi de gând să faceţi cu locuinţa pe care o deţineţi? Doriţi să deveniţi proprietar?
3. Este o întrebare care, cred eu, depăşeşte cadrul unor întrebări convenţionale, pentru că se referă la probleme de mare interes naţional. Ea se leagă de discuţia noastră anterioară. Şi ea se leagă de lipsa de transparenţă, în general care a caracterizat şi activitatea Ministerului de Externe, şi a Preşedinţiei. Tratatul de la Varşovia a fost desfiinţat practic prin Protocolul de la Praga din 1 iulie 1991. Este adevărat că a mai fost o intrare în vigoare în 18 februarie 1993 – oficială. În acea clipă, deci, când s-a desfiinţat Tratatul de la Varşovia, trebuia acţionat pentru scoaterea din vigoare a tuturor prevederilor care permiteau trupelor ruseşti să intre în România. Am în faţa mea două documente care provin de la Ministerul de Externe. Primul dintre ele este din 4 mai 1995 şi are nr. 11898 al Ministerului Afacerilor Externe:

“Dlui Teodor Meleşcanu, ministru de stat, Ministru al Afacerilor Externe

NOTĂ

Avînd în vedere specificul deosebit al reglementărilor Convenţiei între Guvernul RSR şi Guvernul URSS asupra dislocării temporare şi reciproce a unei părţi din forţele maritime militare în marea teritorială, în porturile şi bazinele maritime militare din Marea Neagră şi pe Dunăre, precum şi pe aeroporturile părţilor contractante, dacă acest lucru va fi impus de situaţie, propunem ca Ministerul Afacerilor Externe să acţioneze pentru includerea pe agenda primei şedinţe a Consiliului Suprem de Apărare al Ţării a analizei iniţiativei denunţării acestei convenţii, astfel cum a fost propusă prin Memorandumul nr.I-II. 4843, din septembrie 1994, semnat de ministru afacerilor externe şi avizat de ministrul apărării naţionale. Alineatul 2. Precizăm că Memorandumul amintit a fost înaintat spre aprobare domnului Ion Iliescu, preşedintele României, la data de 3 noiembrie 1994”.

Al doilea document:

“Dlui Teodor Meleşcanu, ministru de stat, Ministru al Afacerilor Externe

notă de audienţă

La data de 8 noiembrie a.c. (este vorba de 1995, n.a.), cu nr. de înregistrare 4492, Dl ministru-consilier Aurel Preda, director adjunct al DJT, l-a chemat în audienţă pe dl Vladimir Gusak, ministru-consilier al Ambasadei Federaţiei Ruse la Bucureşti. Au participat dnii Dan Tudor, referent la DJT, şi T.Triaputin, secretar I la Ambasada ” Federaţiei Ruse. Dl Preda a arătat că în contextul negocierilor româno-ruse asupra actualizării acdrului juridic bilateral, situaţia juridică a Convenţiei...” ş.a. Avînd în vedere aceste argumente – ca să nu mai citesc – arăta că partea română consideră această convenţie caducă şi neaplicabilă la relaţiile româno-ruse. În acest sens, am înmănat diplomatului rus Nota verbală H-014358 privind declararea

caducității Convenției, rugându-l pe acesta să informeze ministrul afacerilor externe rus. De ce a durat atâta timp?

Dionisie Șincan: Aș vrea să vă atrag atenția că întrebarea a durat trei minute.[intervenția moderatorului]

Emil Constantinescu: Da. Cu asta nu mai am alt comentariu. De ce a durat atâta timp? De ce acest lucru nu a fost știut și de ce România s-a aflat într-o situație în care – noi suntem o țară mică, iar Rusia este o țară mare, se putea considera că oricum situația impune, ar fi putut să impună [corecție, epanortoză], o astfel de deplasare. Pe de altă parte, a durat mult prea mult, până în noiembrie 1995, după ce România își declarase și susținuse intrarea în NATO. Asta deloc nu coincidea cu conduita [pe] care trebuie să o aibă o țară care aspiră să intre în NATO. După părerea mea situația este extrem de gravă...

Ion Iliescu:

1. Ați afirmat la o emisiune realizată de BBC că veți opri subvențiile către regiile autonome. Dacă știți care sunt regiile subvenționate, ce implicații economice și sociale ar avea aplicarea măsurilor dvs?
2. Aș vrea să vă pun o întrebare în legătură cu pensiile. Ați făcut două afirmații din acest punct de vedere: pe de o parte, scoaterea de sub controlul guvernului dvs. a bugetului asigurărilor sociale și fondul de pensii. Scoaterea de sub controlul statului, am înțeles, și reînființarea Casei Autonome a Pensiilor pe bază privată. Și, de asemenea, în legătură cu pensiile țăranilor: la Ruginoasa ați declarat că veți mări pensiile țăranilor. Nu dumneavoastră le veți mări [reformulare; autocorecție; anticipare a unui atac], dar veți milita pentru mărirea pensiilor țăranilor până la nivelul celor de la oraș. După aceea, v-ați corectat și ați venit cu altă cifră. Chiar această oscilație nu înțeleg pe ce se bazează. Dar aș vrea să vă întreb în principiu, inclusiv pentru țăranii [populism; exponent] cum o să le mai asigurați chiar și pensia pe care ați menționat-o, dacă se scoate de sub garanția statului asigurarea pensiilor? Pentru că țăranii nu au sursă proprie de alimentare a fondului de pensii, se face din bugetul statului. Altminteri, dacă sunt scoși din bugetul statului rămân complet neacoperiți. Nu are cine să le mai asigure (pensia).
3. Cu o lună în urmă, domnul Constantinescu mă soma pe un ton vehement să convoc Consiliul Suprem de Apărare a Țării pentru a lua o atitudine față de schimbarea din funcție a generalului Lebed, fapt ce ar fi creat o situație care, spunea domnul Constantinescu în comunicatul din 18 octombrie, ar putea pune în pericol stabilitatea întregii Europe. Dânsul aprecia că răspunsul meu la acest eveniment a fost șovăielnic și echivoc, întrucât am declarat că este vorba de o problemă internă a Rusiei. Cum apreciază acum domnul Constantinescu ce mi-a recomandat mie atunci?
4. Pe mine m-a surprins afirmația dumneavoastră de ieri, că România nu a respectat embargoul impus Iugoslaviei. Și n-ați răspuns la întrebarea mea: dacă știți ce pierderi economice a avut țara noastră în urma respectării acestui embargo, ce sacrificii s-au făcut și dacă cumva cunoașteți aprecierile pe care le-au făcut cei abilitați să estimeze modul în care România și-a respectat obligațiile în legătură cu embargoul din Iugoslavia – organisme internaționale ș.a.

B.Vom urmări în continuare cum se realizează SATISFACEREA unei OFERTE- ATAC care apare, în general, în condițiile în care locutorul se află pe o poziție vulnerabilă sau defavorizată. Analiza se va baza pe textul cărții lui Ion Iliescu, *Momente de istorie*, vol.III (vezi bibliografia) care reproduce dezbateră finală radiotelevizată din 7 octombrie 1992.

Emil Constantinescu își susține și își protejează imaginea pozitivă în două etape :

- 1) locutorul își exprimă satisfacția față de strategia adoptată de interlocutor în dezbateră
- 2) locutorul își afirmă disponibilitatea, chiar mulțumirea de a putea contribui la dialogul propus

Ion Iliescu : OFERTĂ-ATAC

Deci, în primul rând, cu privire la Constituție, caracterul ei, în ce fel poate domnul Constantinescu să se angajeze în fața electoratului să apere o Constituție pe care, din start, o consideră nedemocratică [...] ? Este prima întrebare.

A doua, tot legată de constituție, în primul articol al Constituției se definește statul român, cu cinci componente ale sale: stat național, unitar, independent, suveran și indivizibil [...]. Deci, cele cinci componente. În Declarația de la Cluj, la care ați făcut referire, în toate cuvântările dumneavoastră ați omis cuvântul “național”. Cred că nu este o omisiune întâmplătoare. De ce ocoliți această componentă a definirii statului nostru? [interpelare pe ton dur, populism] Aveți rezerve asupra ei? [...implicite, tăcere semnificativă]

Al treilea element, apropos de Constituția republicană, ați dat o declarație solemnă – că veți respecta această Constituție republicană. În același timp [...] ați manifestat clar opțiunea dumneavoastră monarhică [punerea adversarului în contradicție cu el însuși; vorbe (declarativ solemn)- fapte (ambiguu, manifestat)]. Cum se împacă, deci, aceste trei elemente cu angajamentul pe care vi-l luați în fața electoratului român – de a fi un președinte al României, al statului bazat pe această constituție?

Emil Constantinescu:

SATISFACERE :

“Aici este problema și mă bucur că introducerea, chiar dacă a fost mai agitată, a fost un apel la sinceritate.”

REOFERTARE

Văd că ați devenit foarte ofensiv, însă – în termenii tenisului – mă ajutați foarte mult, adică mi-ați ridicat la plasă exact mingiile pe care le așteptam. [ironie, lansarea ofertei de a continua; “văd” cu sensul “constat”]

Ion Iliescu:

CONTRACARARE

Adică v-am oferit un serviciu, pentru că la tenis nu se ridică la plasă [precizare ironică]

Emil Constantinescu:

REOFERTARE

Ați servit bine. [acceptarea reformulării; din perspectiva locutorului dezbateră poate continua] p. 479

Uneori menajarea imaginii interlocutorului este formală, ironică și introdusă într-o secvență de satisfacere amplificată

Ion Iliescu:

OFERTĂ-ATAC

[...] Dumneavoastră ați deschis acesată discuție (despre problema națională, n.n.)

Emil Constantinescu:

SATISFACERE, AMPLIFICARE

Da, eu am deschis-o și am deschis-o bine.[efect de insistență]
Lucrurile merg ca într-un fel de scenariu perfect în care replicile se leagă bine unele de altele, și am spus și ieri [*renvoi*, strategia continuității și a consecvenței discursului propriu] – la volei v-ați referit – parcă îmi ridicați la plasă mingi, ca să trag mai bine [ironie, limbaj colocvial, strategie populistă].

SATISFACERE (a unei direcții neimportante)

Ion Iliescu:

Am jucat volei în tinerețe. [confesiune; trimitere la discuția din ziua precedentă; argumentul competenței în utilizarea corectă a cuvintelor, expresiilor; strategie populistă]

SATISFACERE, AMPLIFICARE (menajarea ironică a imaginii interlocutorului; atac disimulat)

Da. Sunteți colaboratorul cel mai apropiat al meu. Trebuie să recunosc că cel mai mare sprijin în această dezbateră îl primesc din partea dumneavoastră, mărturisesc, și este un lucru elegant. p.557-558

DEZBATEREA POLITICĂ ELECTORALĂ ȘI PRINCIPIUL POLITEȚII²⁹²

După Brown și Levinson (1978: 70-72), actele care reprezintă o amenințare pentru imaginea pozitivă a interlocutorului (receptor sau destinatar) sunt:

- insultele, acuzațiile, provocările, criticile, formulările ironice
- expresiile unor emoții violente
- menționarea unor subiecte tabu
- inserarea în discuție a unor informații pe de o parte, compromițătoare la adresa interlocutului și, pe de altă parte, avantajoase pentru locutor (laude);

- necooperarea manifestă, punctată prin întreruperi sau prin elemente nonverbale (a nu urmări ochii, fața interlocutorului; a te face că nu auzi, a privi în tavan) și paraverbale (asociate celor nonverbale: sunete care denotă lipsa atenției, fluierat etc.)

Actele ce amenință imaginea negativă a interlocutorului (unele dintre ele suprapunându-se cu cele de mai sus, semnificația lor fiind decodabilă numai în context) sunt:

- cererile, ordinele, sugestiile, sfaturile, provocările, avertismentele, formulările prin care i se (re)amintește să facă ceva;
- ofertele, promisiunile, complimentele care exercită o presiune asupra interlocutorului pentru a-l determina să ia o anumită atitudine;
- expresiile invidiei, ale admirației (excesive), ale unor stări emoționale, afective puternice (ură, dorință, mânie, furie etc.).

Pentru a ilustra tipurile de acte care amenință puternic imaginea pozitivă a partenerilor la dezbatere vom analiza dezbaterea finală radio-televizată din 7-8 octombrie 1992 dintre Emil Constantinescu și Ion Iliescu. Cum este și firesc, imaginea locutorului apare în și prin formulările interlocutorului:

Imaginea lui Emil Constantinescu va fi afectată de:

1. Acuzația de abordare nedemocratică a problemelor și de partizanat:

Ion Iliescu:

“Dumneavoastră definiți forțe democratice doar pe cele care sunt grupate în Convenția democratică și care vă sprijină pe dumneavoastră. Este o manieră nedemocratică de a aborda lucrurile”²⁹³

2. Acuzația de introducere în discurs a unor informații incorecte, neverificate p.570
3. Acuzația de oportunism politic, atunci când EC își “adecvează” limbajul, tonul etc. în funcție de interese p.555, 595
4. Acuzația referitoare la aroganța și atitudinea jignitoare la adresa electoratului [strategie populistă]:

Ion Iliescu:

“...a eticheta electoratul, în sensul că unii au optat pentru democrație, iar alții spre nedemocrație, este o jignire...” p.550

5. Acuzații complexe care pun în evidență existența unei contradicții între vorbele și atitudinile contracandidatului [tema extremismului și a totalitarismului]:

“...manifestările extremiste cele mai deranjante s-au organizat de către susținătorii dumneavoastră...” p.550

sau

“Deci, mi se pare că nu manifestați ...consecvență în legătură cu principiile pe care le proclamați și această atitudine arogantă de tratare a altor forțe care nu sunt de acord cu mine ca nefiind democrate este, iertați-mă {introducerea printr-o formulă de scuză a unei formulări dure}, o atitudine care împinge spre un nou totalitarism...” p.551

6. Acuzația de atitudine partizană; implicit se pune problema inconsecvenței în atitudini și a lipsei unei perspective obiective în abordarea problemelor:

Ion Iliescu:

“...de ce s-a schimbat atitudinea dumneavoastră? Deci, pe de o parte, condamnați minerii când vin în sprijinul autorității, chiar dacă o fac de o manieră brutală, dar, pe de altă parte, îi salutați atunci când atacă instituții publice și ordinea de drept.”

7. Acuzația de a avea un plan ascuns care va fi scos la iveală în condiții favorabile:

Ion Iliescu:

“Ce drepturi și libertăți suplimentare față de cele înscrise în Constituție doriți să se acorde minorității maghiare din România?...”p.557

În mod simetric, imaginea lui Ion Iliescu va fi afectată de enunțurile lui Emil Constantinescu referitoare la:

1. Semnalarea contradicției dintre fapte și vorbe

Emil Constantinescu relevă contradicția dintre autoevaluare și apartenența la nomenclatură pe baza declarației interlocutorului:

Ion Iliescu : În 1971 am devenit disident [autoevaluare] și am fost trimis spre reeducare secretar cu propaganda în județul Timiș [apartenența la nomenclatură fiind implicită].

sau prin folosirea exemplului:

Emil Constantinescu :

“Doina Cornea a spus în timpul lui Ceaușescu ce avea de spus, în timp ce dumneavoastră ați zis că ați spus, dar eu nu am văzut să fi luat poziție nici cu scrisoarea celor șase...N-am înțeles ce ați riscat și n-o să înțeleg niciodată” p.565

2. Acuze complexe privind ascunderea adevărului (în legătură cu teroriștii implicați în Revoluția din decembrie, evenimentele de la Târgu-Mureș, mineriadele, unele cazuri de corupție; p.491) sau a intervenției în favoarea descoperirii adevărului (lipsă de voință politică).

3. Acuzații explicite referitoare la încetinirea ritmului reformei:

Emil Constantinescu :

“Ați propus o încetinire a ritmului reformei”

și chiar de “nerezolvare” a problemelor în timpul mandatului pentru care trebuie să-și asume răspunderea politică, p.583

4. Acuzația de lipsă a calităților pe care le-ar presupune un președinte

-clarviziune politică “într-un context istoric dat” p.578

-ezitare în a-și exprima poziția fermă împotriva puciului de la Moscova, p.582

5. Acuzația de populism la nivelul mesajului (p.514) și de izolare la Cotroceni (p.547-548)

DEZBATEREA POLITICĂ ȘI Maximele conversaționale ale lui Grice²⁹⁴

Maxima calității este încălcată în condițiile în care se fac afirmații neadevărate, ipocrite sau care ascund realitatea-

Maxima cantității este încălcată atunci când enunțul omite informații importante.

Analiza dezbaterii finale radio-televizată din 7-8 octombrie 1992 dintre Emil Constantinescu și Ion Iliescu pune în evidență o structură complexă de schimburi verbale declanșate de reproșul de încălcare deliberată a maximei cantității (din partea lui Ion Iliescu) și de susținerea respectării acestei maxime în contextul dat (de către Emil Constantinescu).

Conflictul este declanșat de o neînțelegere cauzată de perioada pentru care Emil Constantinescu a făcut declarația. Neînțelegerea determină acuza potrivit căreia Emil Constantinescu ar fi fost secretar adjunct cu propaganda într-un *comitet la Universitate* (caz în care funcția ar fi fost aprobată de Biroul 2 al CC), care este respinsă de Emil Constantinescu cu argumentul că situația la care se referea era punctuală - momentul 1989-, când acesta era secretar adjunct cu propaganda într-un *comitet pe catedră*.

Amplificarea discursivă pentru susținerea maximei cantității dă naștere la un sistem de respingeri (care pe alocuri are aspect de ceartă):

Emil Constantinescu <i>OFERTĂ de clarificare</i>	Ion Iliescu
Eu am spus totul, de la început.	Că ați lucrat și la facultate, și la catedră?
Da.	<i>RESPINGERE</i>
<i>RESPINGERE</i>	Acum căutați să contestați că ați lucrat la facultate
Nu, uite aici...[suprapunere]	<i>RESPINGERE</i>
<i>RESPINGERE</i>	Bun, dar nu ați spus de la început.
Ba am spus de la început.	<i>RESPINGERE cu reofertare</i>
-----	Deci, haideți să fim sinceri până la capăt.
INTERVENȚIA MODERATORULUI: Florin Brătescu Domnilor, cred că...[suprapunere]	
-----	<i>SATISFACERE + OFERTA</i>
<i>SATISFACERE proiectivă</i>	“Deci, cu acest răspuns ne-am lămurit.[concluzie ironică] Dar, haideți să intrăm în tema dezbaterii de astă-seară.”p.476-477
Cred că putem să terminăm.	

Maxima relevanței este încălcată atunci când enunțul locutorului “face să dispară coerența discuției”. Încălcarea acestei maxime este sancționată de interlocutor:

“Domnule Constantinescu, aveți o manieră de a dispersa tema unei discuții, pornind de la o idee – relațiile cu sindicatele – v-ați extins în zeci de mii de amănunte și probleme”. Ion Iliescu, *op.cit.*, p.549.

CONCLUZII:

Dezbaterile politice electorale este prin definiție un loc al tensiunii și al încordării extreme marcat de prezența moderatorului și desfășurat în fața unui auditoriu invizibil dar a cărui importanță este imensă (alegătorii).

În acest context, dezbaterile–polemice favorizează alunecarea către spectacol. Schimbul verbal scapă adesea controlului moderatorului. Procedeele tipice ale interacțiunii verbale constau în suprapuneri, demaraje concurențiale, competiție pentru înscrierea la cuvânt.

Problema imaginii și, în special, a credibilității candidaților este esențială. Jocul de impunere a unei imagini “de votat” alegătorilor este dublat de intenția permanentă de a “afecta” imaginea contracandidatului.

Analiza dezbaterii electorale finale din 1996 pune în evidență câteva strategii “de reușită”:

1. Pe planul confruntării de idei, **introducerea unor teme cu potențial de risc pentru contracandidat** dă naștere la tensiuni suplimentare care declanșează schimburi verbale dinamice (întreruperi, suprapuneri, manifestarea violenței etc.). Confruntarea are și momente de calm, de revenire la un ton normal, în special, ca efect al intervenției autocontrolului, a moderatorului, a unei replici percepută ca un avertisment la adresa “imaginii”.

Ion Iliescu : ...Bun, deci stenograma a fost un fals, dar această realitate a prezenței dumneavoastră la Paris, în 21 iulie, cu o delegație de franco-români a Asociației de prietenie a francezilor...

[întrerupere]

Emil Constantinescu: Nu am avut nici o întâlnire.[negație]

Ion Iliescu: Este publicat.[indicarea dovezii]

Emil Constantinescu: Dumneavoastră ce faceți acum, vreți să-mi scoateți și “România Mare”, organ de...[reproș vehement; trimitere la o intenție implicită a colocutorului]

[întrerupere]

Ion Iliescu: Nu are nici o legătură cu “România Mare”, sunt declarațiile dumneavoastră la “Vocea Americii”, la “Europa Liberă”...[negarea unei intenții implicite; indicarea dovezii]

[întrerupere]

Emil Constantinescu: În sensul în care v-am spus.[precizare calmă]

Ion Iliescu: ...în “Baricada”...[continuarea enunțului după întrerupere; o nouă întrerupere]

Emil Constantinescu: Nici o “Baricada”! Domnule președinte, nu mai răsfoiți foi acolo! [ton vehement; accent emfatic; injonctiv categoric; dorință de a închide subiectul]

Ion Iliescu: Deci, contestați totul? [acceptarea propunerii de a închide subiectul prin clarificarea acestuia]

Emil Constantinescu: Absolut!²⁹⁵[susținere puternică a punctului de vedere] p.481

2. Spațiul emisiunii fiind restrâns, expunerea logică, riguroasă, concisă ar trebui să predomină față de formulările stufoase, retorice. Schimburile verbale se pot concentra și pe problema “ocupării spațiului”, în fond, a timpului alocat. Astfel, revendicarea dreptului de a își face cunoscut punctul de vedere poate înregistra comentarii răutăcioase, ironii, apel la ordinea consimțită prin contractul dezbaterii.

Ion Iliescu: ...Procuparea dumneavoastră principală este cum să schimbăm Constituția în acești patru ani sau cum s-o aplicăm?

EC: Am înțeles, acum nu-mi epuizați timpul, că problema nu este să-mi țineți lecții mie” [ironie; stil colocvial – a ține lecții- ; populism implicit : nici candidatul, nici electoratul nu are nevoie de lecții] p.482

Ion Iliescu: ...Ați crezut că se rezumă Constituția doar la această prevedere, dar ea se referea la domeniul economiei.[ironie]

Emil Constantinescu: Stați un moment, cer arbitrajul. [intervenție imperativă la adresa moderatorului]

Cred că nu este cazul ca unul dintre cei doi să monopolizeze total. [apel la egalitatea șanselor “discursive” în fața electoratului]

Ori mă lăsați să vorbesc, ori ...[avertisment amenințare cu privire probabil la posibilitatea de a părăsi dezbaterea]

Eu cred că dumneavoastră aveți – îmi pare rău că vă atrag atenția -, ați rămas cu câteva... de când conduceți ședințe, adică mă puneți la punct, ca și cum dumneavoastră ați fi în prezidiu ...[ironie introdusă printr-o formulă politicoasă; trimitere la elemente vulnerabile din trecutul contracandidatului; generalizare pe tema “mentalitățile nu se schimbă”]

Vă rog foarte frumos să așteptați. [rugămintă imperativă]

Mi-ați pus o întrebare, așteptați să vă răspund! [apel la logica conversației; ton autoritar] p.483-484

În alte cazuri, regulile accesului la cuvânt în dezbateri sunt comentate și restabilite.

Emil Constantinescu: Domnule Iliescu, iar vorbiți? Nu vă puteți stăpâni?[întrerupere brutală; apostrofare; ton de ceartă]

Fiți un om calm. [recomandare răutăcioasă]

Acum nu mai vorbiți cu cineva la ședință, nu dați lecții numănu, [aluzie la trecutul contracandidatului; subminare a autorității]

v-am ascultat în liniște cât ați pus întrebările, așteptați să vă răspund.[apel la ordine]

Aveți obiecții la răspuns, interveniți după aceea și discutăm. [impunerea ordinii în dezbateri]

Altfel, nu mai putem continua...[semnalarea impasului; impunerea condiției]

Constrângerile de timp ale dezbaterii și grija de a transmite mesajul cel mai potrivit către alegători face ca uneori întreruperile, suprapunerile să contribuie la “eliberarea culoarului” pentru unul dintre candidați. [Remarcați negațiile prezente în toate schimburile verbale].

Emil Constantinescu:

[...] Nu am de gând să intru cu dumneavoastră tot timpul în tot felul de...[respingere categorică; ofertă implicită de a discuta problemele importante]

[întrerupere]

Ion Iliescu:

Nu, dar nu ați răspuns la întrebări [respingere; insistență]

Emil Constantinescu:

Așteptați, vă răspund în scris, cu asta gata, că nu mă examinați dumneavoastră aici...[ironie; respingere]

Ion Iliescu: Nu, dar vă rog să dați un răspuns clar [insistență]

Emil Constantinescu: Am dat un răspuns clar și să stabilem încă un lucru și vă rog foarte mult să interveniți [ambiguitate: ofertă pentru contracandidat sau solicitarea intervenției moderatorului?]

Răspunsurile eu nu i le dau domnului Iliescu, eu le dau națiunii, și dau răspunsurile națiunii și gata.[poziție explicită; strategie populistă; imperativ –și gata-]

Nu mai avem nevoie...[direcție abandonată]

Dacă domnul Iliescu...[direcție abandonată]

Vă rog să fiți disciplinat! [cerere imperativă]

La prima am răspuns.[satisfacere; precizare]

Nu mă mai întrerupeți! [cerere imperativă]

Ion Iliescu: O faceți pe profesorul care pune la punct studentul. Ce-i asta? [contracurare; analogie; întrebare cu rolul de a restabili convențiile dezbaterii]

Emil Constantinescu: Dar nu vă dați seama ce ați făcut până acum? Nici nu m-ați lăsat să vorbesc. [atac; tema accesului la cuvânt, îngrădit de contracandidat]

CONCLUZII:

1. Specificul dezbaterii electorale, importanța acesteia pentru susținerea și impunerea unei imagini cât mai bune în fața electoratului determină adoptarea unor strategii specifice. Strategiile de atac nu se mai dezvoltă în planul ideologic ci se deplasează spre planul personal, pentru lezarea imaginii publice a adversarului. “...trebuie găsite punctele slabe ale adversarului, identificate probleme precise unde el este vulnerabil”²⁹⁶
2. În această arenă interacțiunea verbală este dominată de atac, respingere și contracurare. Din perspectiva maximelor conversaționale (Grice) aplicate la dezbateri se constată o încălcare sistematică a acestora.
3. Caracterul puternic conflictual, necooperativ al schimbului verbal este însoțit de un ansamblu de mijloace paraverbale și nonverbale (unele greu de redat în textul scris).
4. Constrângerile tipului discursiv (de timp, în special) contribuie la accentuarea violenței în cadrul “înscrierii la cuvânt” și se manifestă prin suprapuneri, întreruperi frecvente, luptă

pentru a avea ultimul cuvânt (considerat ca important pentru reținerea mesajului rezidual sau ca simbol al victoriei în interacțiunea verbală).

5. Dezbateră finală este un punct culminant al campaniei electorale. Deși se pare că ea nu a contribuit într-un mod decisiv la schimbarea/influențarea opțiunilor electorale²⁹⁷, modul în care se desfășoară este un spectacol cu ecouri în memoria electoratului.

TEMĂ:

Analizați pe larg, după modelele propuse, din perspectiva modelului W.Edmonson, dezbateră politică electorală la televiziune dintre Emil Constantinescu și Ion Iliescu (pe baza textului din volumul Ion Iliescu, *Momente de istorie*, vol.III, București, Editura Enciclopedică, 1996, p.469-595).

Se vor avea în vedere următoarele obiective:

-Studiul schimburilor verbale specifice grupate generic sub termenul strategii de atac (incluzând apărarea și contraatacul) din cadrul acestui gen discursiv instituționalizat (dezbateră de idei).

În acest cadru, vor fi observate aspecte legate de strategiile de atac:

- cine și de câte ori atacă
- ce se atacă
- rolul politetiei în confruntare

²⁸¹ Vezi definiția din DEX

²⁸² Vezi, de exemplu, cearta care ocupă primul cânt al Iliadei

“Cântă, zeiță, mânia ce cuprinse pe-Ahil Peleianul,
Patimă crudă ce-aheilor mii de amaruri aduse;

...

Și împlinită fu voia lui Zeus, de când Agamemnon

Craiul născut din Atreu, și dumnezeiescul Ahile

S-au dezbinat după cearta ce fuse-ntre dâșii iscată” (Homer, *Iliada*, Traducere de George Murnu, Editura Univers, București, 1995)

²⁸³ Vezi, de exemplu, dezbateră dintre ambasadori, în Sparta, în ajunul conflictului, dezbateră dintre Cleon și Diodot în Tucidide, *Războiul peloponeziac* (III, 37-48), debaterile dintre spartani și plateeni, dintre atenieni și melieni etc.

Vezi Tucidide, *Războiul peloponeziac* (VI, 9-23), *Dezbateră asupra expediției din Sicilia*

²⁸⁴ *Topicele* reprezintă un tratat pentru formarea dialecticienilor. Ele oferă o metodă a discuției dialectice în tipare fixate. Schimbul verbal este prins într-o rețea de convenții și reguli. Partenerii au un scop comun pentru realizarea căruia își unesc eforturile și care dă înfruntării o formă fixă și un conținut bogat. Înainte de discuția propriu-zisă sunt indispensabile anumite operații preliminare: desemnarea partenerilor, a rolului celui care pune întrebări și a celui care răspunde, cel mai important lucru fiind alegerea problemei care va face obiectul discuției.

²⁸⁵ Platon, *Fedra*, dezbateră dintre Lisias și Socrate

²⁸⁶ vezi, de exemplu, *Discursurile contradictorii* (155 î.Chr.) după tehnica de argumentare dezvoltată de Carneade, care constă în examinarea sistematică a probleme, în conformitate cu schema *pro* și *contra*.

²⁸⁷ Vezi Roland BARTHES, *L'Ancienne rhétorique. Aide-mémoire*, în *L'Aventure sémiologique*, Le Seuil, 1985, p. 85-166 , p. 112- 114

²⁸⁸ Vezi Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Conversația. Structuri și strategii. Sugestii pentru o pragmatică a românei vorbite*, Editura All, București, 1999, p.43-64

²⁸⁹ Vezi Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *op.cit.*, p.64-83

²⁹⁰ vezi Paul Dobrescu, *op.cit.*, p.238

²⁹¹ moderatorul nu are nici un rol în această parte a dezbaterii

²⁹² Sensul uzual al politeții se referă la respectarea unor norme de comportament într-o comunitate dată.

Pragmatica definește politețea în relație cu sentimentul responsabilității față de locutor (față de celălalt) în tot cursul interacțiunii verbale.

Principiul politeții reprezintă un principiu de bază în pragmatică, complementar cu principiul cooperării.

Acțiunea acestui principiu se manifestă la nivelul reglementării comunicării în sensul menținerii echilibrului social și a unor relații de bunăvoință între colocutori.

Aplicarea principiului politeții în comunicare determină alegerea strategică a modalităților de expresie lingvistică (în funcție de datele concrete ale situației de comunicare).

Pragmatica dispune de o teorie coerentă a politeții, propusă de P. Brown și S. Levinson (1978) care se bazează pe conceptul de *face* (eng), reprezentând o preluare și adecvare a aceiași noțiuni propuse de Goffman (1967).

Liliana Ionescu-Ruxăndoiu [1999:107] citându-l pe Green (1989 :144) consideră termenul *face* , dificil de tradus acceptabil în limba română) ca atribuit conceptului ce desemnează “imaginea publică a eului individual, configurată în termenii unor atribute sociale acceptate de alții; menținerea imaginii fiecăruia dintre noi presupune cooperarea, pentru că acest fapt este strict dependent de acțiunile și de sistemele de valori ale celor cu care venim în contact”.

Conceptul de imagine */face* în pragmatică preluat din cercetările de sociologie a comunicării ale lui E. Goffman, poate fi înțeles în termenii unui “conflict implicit între dorința fiecăruia de a se bucura de aprecierea și de acordul semenilor săi (eng. *positive face*) ...și dorința de a acționa conform propriilor principii și intenții (eng. *negative face*)”²⁹².

Contextul comunicațional concret poate determina recurgerea la forme directe sau indirecte de transmitere a intențiilor comunicative, la acțiuni redresive implicite sau explicite etc.

Aprecierea măsurii în care un act de limbaj afectează eul interlocutorului se realizează în funcție de trei variabile extralingvistice:

-distanța socială (relație simetrică, determinată de atribute sociale stabile și de frecvența schimburilor verbale și de domeniile în care aceasta se realizează);

-puterea (relație asimetrică, exprimând direcție exercitării controlului comunicării; dinspre emițător spre receptor)

gradul de interferență al actului comunicativ (în raport cu dorința de autonomie sau de aprobare a colocutorului).

Ca într-o operație vectorială, rezultanta acestor variabile îi permite emițătorului să decidă asupra nivelului optim de politețe pentru performarea unui act verbal și să aleagă strategia adecvată (politețe pozitivă /negativă).

Strategia comunicativă reprezintă o “formă de comportament comunicativ bazată pe manipularea structurilor interacționale și a mijloacelor verbale de concretizare a acestora în vederea atingerii obiectivelor urmărite”.

După clasificarea propusă în DSL, cea mai mare parte a strategiilor comunicative sunt

1. de tip anticipativ, bazate pe predicții asupra atitudinii și a reacției colocutorului.

Din această categorie fac parte

-schimbările preliminare;

-diversele tipuri de mișcări de sprijinire a actului interacțional de bază (mișcările de motivare a ofertei emițătorului; de amplificare a informației despre ofertă și de dezarmare a receptorului);

-procedurile care exprimă ezitarea, tatonarea (de ex. în limba română, aceste proceduri implică apelul la elemente ca: *păi, așa, în fine, adică, vreau să spun, știi (ce), uite ce*).

2. de tip aditiv, constând în multiplicarea actelor care compun mișcarea de bază într-o intervenție comunicativă

Principiul politeții are un număr de maxime subordonate, centrate asupra emițătorului și receptorului, formulate de G.N. Leech:

Maxima tactului cere diminuarea expresiei neajunsurilor unei acțiuni din perspectiva receptorului, prin formulări indirecte ale solicitărilor, în forme interrogative introduse cu verbe modale : (*vrei să închizi ușa?* / față de *închide ușa!*)

Maxima generozității care reprezintă una din strategiile impersonalizării emițătorului (*Se poate face ceva pentru sinistrați?!* / față de *Pot să fac ceva pentru sinistrați?*)

Maxima aprobării;

Maxima modestiei care constă în minimalizarea gesturilor proprii de generozitate (*Nu e mare lucru; nu am făcut mai nimic pentru el*)

Maxima acordului;

Maxima simpatiei.

În timp ce maximele 1 și 3 sunt centrate asupra receptorului, maximele 2 și 4 se resfrâng asupra emițătorului. Maximele 5 și 6 sunt centrate asupra receptorului.

Din perspectiva efectului unei intenții de comunicare asupra relațiilor sociale, se poate aprecia că acțiunea principiului politeții este în mod necesar legată de un comportament strategic.

Asemenea efecte pot fi prevenite și/sau atenuate printr-o alegere strategică a mijloacelor și formelor de comunicare.

Strategiile politeții pozitive și negative se caracterizează prin exprimarea fără echivoc a intențiilor de comunicare

În acest sens, politețea pozitivă are un sens integrativ, iar strategiile sale se caracterizează prin sublinierea puternică a aprobării și interesului față de tot ceea ce este legat de persoana receptorului, a punctelor comune cu acesta, a raporturilor de cooperare.

Invers, politețea negativă va acționa ca o pârgă a menținerii distanțelor, care frânează relațiile sociale, constituind cadrul comportării deferente.

DSL consideră ca strategii determinante ale politeții pozitive:

-folosirea unor mărci de identitate care subliniază apartenența colocutorului la același grup (*noi*);

-abordarea unor subiecte de discuție sigure (conversația fatică);

-reluarea (integral sau parțial) a replicilor interlocutorului;

- evitarea exprimării directe a dezacordului;
- gluma .

Strategiile politetii negative presupun apelul la mecanisme specifice de atenuare a prejudiciului adus interlocutorului, cum ar fi:

- formularea directă de scuze;
- diminuarea propriei personalități, în contrast cu exagerarea valorii interlocutorului;
- impersonalizarea enunțurilor;
- reducerea gradului de interferență prin folosirea unor construcții restrictive sau a litotei
- exprimarea indirectă a intențiilor comunicative care se realizează în special prin folosirea figurilor de stil. Avantajul acestora constă în ambiguitatea pe care o creează. În acest fel emițătorul are pe de o parte posibilitatea de a-și declina responsabilitatea pentru anumite afirmații și, pe de altă parte, să adevceze permanent semnificațiile în funcție de atitudinea receptorului.

²⁹³ P. 550

²⁹⁴ *Maximă* este termenul atribuit, în pragmatică, unei cerințe particulare ce decurge dintr-un anumit principiu (Cf. DSL).

Cele două principii fundamentale ale interacțiunii verbale - principiul cooperativ și principiul politetii - subsumează un număr de maxime specifice.

În opinia lui Grice (1975), Gazdar și Levinson, condițiile de bază ale folosirii eficiente și efective a limbajului în comunicarea umană sunt determinate de un **principiu al cooperării** care poate fi definit :

“Contribuția ta, în cadrul în care ea are loc, să fie așa cum se cere de către scopul convenit sau direcția discuției la care participi, la momentul la care are loc”

Maximele principiului cooperării descriu mijloacele raționale care asigură eficiența conversației.

Aceste maxime sunt :

Maxima cantității : reglementează cantitatea de informație furnizată de fiecare participant la un schimb verbal. Aceasta trebuie să se încadreze strict în limitele impuse de obiectivele schimbului respectiv (să nu fie nici insuficientă, nici excesivă)

Maxima cantității poate fi definită astfel:

- intervenția ta să fie atât de informativă pe cât necesar;
- nu face intervenția ta mai informativă decât este nevoie.

Principala cale prin care această maximă este încălcată

- se referă prima dintre cerințe la lipsa “informativității” (“clișee politice, redundanță”);
- repetarea conceptelor cu sfere referențiale de aplicare identice (vorbitorul să fie scurt);
- enumerarea tuturor membrilor unei totalități și, în același timp, prin numirea și a întregului
- prepunerea adjectivelor, ordinea neemfatică;
- folosirea excesivă a unor cuvinte-cheie aparținând unei anumite ideologii.

Maxima calității : cere ca interlocutorii să spună numai ceea ce cred că este adevărat. Aceasta exclude furnizarea unor informații false sau pentru care emițătorul nu are dovezi adecvate.

Maxima cantității poate fi definită astfel:

- încearcă să faci astfel încât contribuția ta să fie una adevărată (din perspectiva comunicării optime), adică:
- să nu spui ceea ce crezi că este fals;
- să nu spui ceva despre care nu ai suficiente date (adecvate).

Maxima relevanței cere ca orice intervenție într-un schimb verbal să se coreleze cu celelalte și să fie strict legată de tema în discuție.

Maxima relevanței este adesea încălcată prin adăugarea unor propoziții generalizatoare inutile la ceea ce ar trebui să fie doar o indicație specifică.

Se consideră că orice grilă lingvistică reprezintă nu numai un rezultat al experienței sociale, ci și un mod în care o comunitate vede lumea.

Repetarea formelor lipsite de sens diminuează capacitatea receptorilor de a-și îndrepta atenția spre realitate, ceea ce determină o degradare a mijloacelor de recepție și, în consecință, o reducere a capacității de reacție imediată și adecvată, fie la nivel individual, fie la nivel social.

Aceasta înseamnă în ultimă instanță o deformare a două dintre cele mai importante componente ale comportamentului uman: grilele cognitive și mijloacele de reacție prin folosirea “vorbăriei goale”

Maxima manierei se referă la modul în care trebuie formulate intervențiile în cadrul unui schimb verbal, reclamând claritate (manifestată prin evitarea obscurității expresiei, a ambiguității și a prolixității) -, precum și structurarea logică a enunțurilor.

H. P. Grice consideră că aceste maxime nu trebuie privite strict determinist și preluate *tale quale*. Grice subliniază modul în care comunicarea (optimă) este posibilă: interpretarea de către receptor a enunțurilor interlocutorilor prin raportare la maxime la un nivel de profunzime (implicatură) este determinantă față de respectarea conformă a acestor maxime la nivelul emițătorului.

²⁹⁵ *absolut* cu sensul “exact, întocmai, perfect” pare să fie mai puternic decât concurentul său *sigur* cu sensurile “da” și “în mod precis, negreșit”

²⁹⁶ Paul Dobrescu, *op.cit.*, p.239

²⁹⁷ Dezbateri electorale directe s-au organizat în 1990, 1992 și 1996. În 2000, candidații se raportau la moderator ca la un releu de transmitere și recepționare a enunțurilor.

PARTEA a III-a
DISCURSUL PUBLICITAR

Motto: “Any trace of literariness in an advertisement is fatal to its succes. Advertisement writers may not be lyrical, or obscure, or in any way esoteric. They must be universally intelligible. A good advertisement has this in common with drama and oratory that it must be immediately comprehensible and directly moving”

Aldous Huxley

Discursul publicitar reprezintă un tip de discurs public care se caracterizează prin următoarele trăsături:

- prezintă într-un mod (cât mai) concis un produs (comercial, cultural, politic) pentru a convinge publicul de importanța și utilitatea sa;
- are o difuzare socială pe scară largă;
- codul publicitar este cunoscut de public;
- publicitatea se sprijină pe un corpus de maxime admise social și propune o imagine-standard a bunăstării, a standardului optim, a idealului în viața de zi cu zi;
- publicitatea pune în mișcare conținuturi puternic marcate de norme culturale;
- mesajele lingvistice, iconice și plastice suferă un proces de integrare în cadrul discursului publicitar; de aceea “dezmembrarea mesajului publicitar în tipuri de mesaje poate fi considerată ca fiind un procedeu ilicit, pentru că anunțul publicitar este o construcție unitară în care textul și imaginea sunt dimensiuni inseparabile ale unui sens global”.

Discursul publicitar este un discurs persuasiv prin excelență. Bunul-simț și înțelepciunea garantează adevărul enunțurilor (argument de autoritate)

Discursul își propune a determina o acțiune (a cumpăra, a alege, a se implica) dar nu își explicitează scopul ilocuționar (prin aceasta fiind un act ilocuționar indirect).

Actul ilocuționar indirect este de tip constatativ. Apelul la actele constatative are o funcție argumentativă prin care se dă impresia că nu se exercită o presiune directă asupra publicului.

Strategiile indirecte ale actului constatativ, tipice pentru discursul publicitar, pun în interacțiune:

- 1) acte asertive prin care se afirmă faptul că produsul ce face obiectul publicității este utilizat.
- 2) acte descriptive prin care:
 - se indică marca produsului;
 - se plasează produsul în cadrul unei game de produse similare (“poziționare”);
 - se afirmă (la nivel lingvistic) superioritatea produsului;
 - se impune un model descriptiv care privește un ansamblu eterogen format din calitățile, modul de folosire, adecvarea la anumite situații de folosire etc.
- 3) acte atributive, prin care atribuirea unei calități pentru un produs se face în două etape:
 - la început se prezintă o valoare (mizanscena joacă în acest caz un rol important)

- urmează prezentarea produsului prin diferite procedee cum ar fi supraexpunerea, plasarea ca semnătură etc.
- 4) acte informative prin care campania de publicitate ce anunță un produs nou se prezintă ca o “instanță” ce îndeplinește un act de informare a publicului.

REPERE ISTORICE

Actul de naștere al publicității pare a fi un papirus teban prin care se anunța oferirea unei recompense pentru un sclav fugit, acum 3000 î.Chr.

În Roma antică, în forum se distribuiau tăblițe care anunțau vânzări sau spectacole teatrale.

Perioada Evului mediu va generaliza procedeul publicității orale – anunțuri strigate – care depindea de autoritatea regală și avea statutul de serviciu public.

Secolele al XVI-lea și al XVII-lea vor cunoaște proliferarea pe scară largă a emblemei, a insignei, a blazonului (de breaslă), remarcabile prin realizarea artistică, chiar dacă, uneori, lizibilitatea textului era sacrificată. Stilul în care erau executate aceste adevărate “imagini de marcă” era excesiv de ornamentat, tinzând spre manierism. La sfârșitul secolului XVI apar primele foi volante care anunțau diverse evenimente publice.

Afișul tipărit apare în sec. al XV-lea, la Paris, într-un context religios. Se consideră că primul afiș a fost tipărit la comanda conciliului prelaților din Reims pentru a îi anunța pe credincioși să participe la o sărbătoare importantă (“Marea Iertare a Fecioarei Maria”).

Tehnica afișului cunoaște o dezvoltare accentuată în secolele XVII și XVIII, în Anglia. Ciuma din 1665 va declanșa o “explozie informațională” prin afișe, prospecte, foi volante care laudau virtuțile infailibile ale unor poțiuni.

Tot în Anglia secolului al XVIII-lea deveniseră prezente obișnuite în peisajul cotidian “listele” care popularizau numele ucenicilor care “dezertau” din bresle. Aceste liste aveau întipărită imaginea unui fugar ce privea în urma sa. Iconografia afișelor de acest tip se va orienta mai târziu spre imaginea din față a celui căutat peste care se aplica, în spațiul american, mai ales, textul “wanted”.

În 1751, în Franța, Abatele Aubert editează jurnalul “Mici anunțuri/mică publicitate”, în care se găseau inițial doar oferte imobiliare (vânzare-cumpărare, închiriere etc.).

În secolul al XIX-lea, publicitatea intră în presa scrisă și constituie un factor ce va contribui atât la eliberarea acesteia de tutela guvernului, cât și la diminuarea prețului de vânzare prin inserarea anunțurilor, rețetelor publicitare. Anunțurile publicitate erau deghizate sub forma articolelor, un fel de anticipare a “advetorial”-urilor de astăzi.

Dezvoltarea publicității moderne în secolul XX va fi marcată de tehnologie, de avantajele producției în serie, de creșterea productivității dar, mai ales, de apariția noilor media.

Impunerea noilor media va fi jalonată de punerea în undă a publicității radiofonice (SUA, 1922) și, un sfert de veac mai târziu, de prima emisiune de publicitate televizată (SUA, 1947).

Codul publicitar se constituie progresiv; primele anunțuri nu se puteau baza pe obișnuința auditorului de a le înțelege; ele exprimau explicit îndemnul: “Faceți ca mine! Cumpărați o bicicletă Clément! (Cycle Clément et Gladiator, Paris, 1910)”.

În alte cazuri, *Patriot illustré*, 1930, sfatul de a cumpăra era explicit și redacția își asuma răspunderea: "Cumpărați de preferință articolele și produsele menționate în anunțurile publicate în paginile noastre și nu veți regreta!". Spre deosebire de articolele publicitare moderne, anunțurile enumerau toate calitățile produsului.

Tendința spre economie lingvistică și spre concizie publicitară își găsește expresia în sloganul publicitar.

"Sluargh-ghairm" termen de origine galică însemna în vechea Scoție "strigătul de luptă al unui clan". Limba engleză a adoptat termenul în sec. al XVI-lea, iar în sec. al XIX-lea are sensul de "deviză a unui partid", urmînd ca apoi să evolueze spre "cuvînt de ordine în campania electorală".

Termenul "slogan" este importat de SUA, unde i se atribuie sensul de "deviză comercială".

În ciuda unor opoziții academice, și Franța adoptă în 1927 termenul cu semnificația "deviză comercială".

FUNCȚIILE DISCURSULUI PUBLICITAR

Acest tip discursiv îndeplinește simultan trei funcții:

- informare;
- sugestie (publicitatea induce dorința mimetică prin afirmarea articulării destinatarului cu obiectul);
- gratificație (publicitatea acționează în aceeași măsură și după cumpărare pentru a-l liniști și asigura pe cumpărător prin producerea unei imagini pozitive a produsului).

Discursul publicitar se dorește a fi verosimil, conform realității socio-culturale, reprezentând evenimente și situații stereotipe și așteptate de către destinatar.

Această aspirație a discursului publicitar se realizează, în special, prin integrarea unor locuțiuni, expresii, proverbe, afirmații ale adevărilor universale.

Scenele prezentate sunt ele însele proverbiale: sunt recognoscibile și alcătuiesc eșantioane, mostre ale culturii contemporane.

Sistemul de imagini al publicității se conformează unui cod iconografic foarte strict care ține seama în special de următoarele elemente "universale":

- relații sociale
- eternul feminin
- familie
- cuplu
- ecologie
- sănătate
- petrecerea timpului liber.

Imaginea trebuie să producă efectul realului prin implicarea unei "existențe anterioare" a obiectelor prezentate. Imaginea publicitară este eficace dacă se prezintă ca analogică unei situații reale deși ea reprezintă de fapt o reconstrucție total artificială a unei situații pseudo-cotidiane.

Elementul central – delectare – al triadei retoricii clasice este axat pe imagine. Imaginea provoacă plăcerea închiderii. Fotografia sau desenul figurativ circumscriu un spațiu organizat în funcție de ochiul spectatorului. Restul este șters, decupat, opac. Acestei circumscrieri spațiale îi corespunde o unitate temporală. Reprezentarea izolează un moment, făcând să se uite timpul care precede sau care succede acestui moment.

Ceea ce imaginea publicitară îi propune receptorului este, de fapt, adeziunea la un univers ideal, a cărui percepție globală precedă și modalizează reținerea detaliilor.

TEXTUL PUBLICITAR

Limbajul publicității se caracterizează prin concizie și prin căutarea obsedantă a efectelor, uneori în contradicție cu normele limbii. Tendința spre căutarea originalității cu orice preț poate fi uneori atenuată de preocupările estetice, de grija pentru formă, stil etc.

Sloganul este, de asemenea, o formă discursivă închisă. Puterea de persuasiune a sloganului ține de concizie, de retorica racursiului și a învăluirii.

Sloganele adoptă adesea o structură ritmică binară, întărită prin opoziții lexicale. Această structură binară, caracteristică proverbelor, care este simultan clară și închisă, dă imaginea unei lumi desăvârșite, echilibrate, în stare de repaus. Anumite sloganuri reiau proverbele, ca atare sau reformulate.

Legea expresivității impune creatorului discursului publicitar (afiș, slogan, anunț etc.) eliminarea vorbăriei și căutarea expresiei concise, esențializate.

Această lege acționează la diferite niveluri și guvernează atât impunerea numelui de marcă, forma frazei, selectarea cuvintelor rare, intrigante, tentante, sonore, cât și eliminarea “uneltelor gramaticale”.

Tendința spre concizie conferă textului o formă adesea telegrafică, sincopată, reprezentată de cele mai multe ori de fraza nominală pură (cum ar fi, de ex. BTR – O atitudine diferită). Fraza informă, neorganizată, în care nu există sintaxă și doar juxtapunerea cuvintelor:

Publicitatea nu are o funcție esențial informativă. Publicitatea celor mai multe produse alimentare nu oferă indicații despre compoziție, origine, durata de păstrare etc. Acest tip de informații sunt furnizate în texte publicitare doar în măsura în care se consideră că ele ar putea întări puterea persuasivă a mesajului și, în consecință, ar crește vânzările și beneficiile.

Vezi, de exemplu, următorul text publicitar ce conține informații despre elementele componente ale produsului:

“ Un ten fără riduri.

Eu am găsit soluția.

Descoperiți crema cu efect Antirid+Fermitate

Cu o concentrație dublă de **Pro-Retinol A**

Plénitude

REVITALIFT

Formulă nouă

1. Acțiune Antirid

Noua formulă Revitalift are o concentrație dublă de **Pro-Retinol A**, un puternic activ antirid.

Aceasta corectează și netezește vizibil ridurile și ridurile fine.

2. Acțiune Fermitate

Revitalift conține de asemenea **Par-Elastyl™**,

Un activ care sporește tonicitatea și elasticitatea tenului ca sub efectul unui lifting.”

[L'ORÉAL Paris. Pentru că merit.]

PROCEDEE FOLOSITE ÎN TEXTUL PUBLICITAR

ADRESARE (destinatarul este indicat în textul publicitar; vezi apocopă)

Tutuire:

Plăcerea de a cumpăra e a **ta**.

Cumpărături fericite la București Mall. [BUCUREȘTI MALL]

Adresare complexă: întrebări, răspunsuri, explicații, evaluări etc.

Cât ține ședința de machiaj a Claudiei? 3 ore!...

Dar conversația cu o prietenă poate ține cât vrei **tu**.

De câte ori ai întrerupt o convorbire cu cineva drag, pentru că **te**-ai gândit că va costa prea mult? Probabil că de multe ori...

Acum ALO 3D **îți** oferă tarife reduse pentru a vorbi pe îndelete cu trei persoane dragi **ție**, indiferent de rețeaua de telefonie, fixă sau mobilă, din România la care sunt conectate. Când vorbești cu cine-**ți** place, **îți** place să vorbești. Cu ALO 3D vorbești cât **îți** place. Alo 3D **te** provoacă la dialog. [Alo 3D]

Adresare politicoasă (persoana a II-a plural)

Doriți o nouă culoare? Îndrăzniți negrul! (întrebare și îndemn) [RÉCITAL LES NOIRS PRECIEUX]

ALEGORIE: figură de stil care se bazează pe folosirea metaforelor sau a simbolurilor în expunerea narativă a unei idei abstracte.

Târgul de fete Epson

“Dacă aveți un computer singur, ros de dorința de a printa pe propria imprimantă este timpul să-i faceți o surpriză. Vizitați standul Epson de la TIBCO, în pavilionul Z3 și puteți pleca acasă cu o nevastă Stylus Color 500 pentru computerul burlac [...] . Însurați-vă computerul și câștigați o mulțime de premii!” (text publicitar)

ALITERAȚIE: repetiție a unor consoane, silabe din rădăcina cuvintelor cu efect eufonic, expresiv sau simbolic

Gallina **blanca, bul, bul!** (efect eufonic imitativ- onomatopeic) [SUPĂ GALLINA BLANCA]

Veni, vidi, **visa** [Card BRD]

ALUZIE: folosirea unei construcții lingvistice (cuvânt, expresie, text) care evocă, într-un mod sugestiv, printr-o comparație subînțeleasă, un eveniment, un personaj, o situație etc.

marcate de anumite norme culturale la nivelul semnificației (vezi, în acest sens, reclama la deodorantul Axe)

Gallina Blanca – dragoste la prima degustare

A apărut un nou tip.
Ia-l acasă. E bun la pat.

...

La tine în pat nu intră decât cei mai buni: ia-ți un aspirator LG cu Sani punch!

O fată deșteaptă începe la timp! [Organon]

AMBIGUITATE: posibilitate de a interpreta în moduri diferite o construcție lingvistică, lexico-gramaticală echivocă dar extrem de expresivă ca urmare a fenomenelor de omonimie și polisemie; expresivitatea figurilor este dată de alternanța planurilor explicit-implicit care determină la nivelul receptorului un effort de interpretare și de (re)construire a semnificației

Toată lumea aleargă după **putere**. Noi avem **putere** pentru toată lumea.[Romcar]

ANADIPLOZĂ: procedeu retoric care constă în a începe o frază cu cuvântul sau cuvintele de la începutul frazei precedente; gemenție, reduplicare.

Frumusețea începe cu **o piele frumoasă**. **O piele frumoasă** începe cu [săpunul] LUX

ANAFORA: procedeu retoric constând în repetarea unui cuvânt la începutul mai multor fraze sau părți de frază în scopul accentuării unor idei sau pentru obținerea unor simetrii.

Atât de puternic. Atât de feminin. [Secret(DEO)]

A fi în siguranță/ A fi fericit/ A fi prosper/ înseamnă AFI (Societate de Asigurare, Finanțare, Investiții)

Bueno cafee: **sunt** nouă,,: **sunt** proaspătă,,: **sunt** tare! Ia-mă cu tine!

ANTANACLAZĂ: procedeu retoric care constă în repetarea unui cuvânt, luat în sensuri diferite, în același context.

afacerile sunt afaceri

La prima **oră**/ Cu știri de ultimă **oră** [Cotidianul Național]

ANTIFRAZĂ: figură retorică prin care o locuțiune, o frază etc. este folosită cu un sens contrar celui uzual, pentru a obține un efect ironic sau eufemistic; (intonația joacă un rol important în realizarea figurii) .

Flit – mor insectele după el

ANTITEZĂ: figură retorică bazată pe contrastul dintre două idei, fenomene, situații, personaje, expresii etc. plasate în construcții simetrice care se evidențiază reciproc. Antiteza este foarte folosită, în special, în reclamele pentru detergenți.

Decongelare în timp record

Imaginați-vă diferența dintre o călătorie cu trenul de mare viteză și un avion supersonic!

...

Numai cuptorul cu microunde Whirpool Jet Defrost poate dezgheța acum 500g de carne în numai 2 minute. Cu orice alt cuptor cu microunde veți aștepta cel puțin 14 minute. Nu uitați, de sărbători Whirpool vă transformă până la 85% din timpul destinat gătirii în timp liber. [Whirpool]

APOCOPĂ: figură care exprimă tendința de economie lingvistică și constă în scurtarea unui cuvânt prin îndepărtarea unei vocale sau a unei silabe finale, fără ca înțelegerea cuvântului să fie afectată

PUB(licitate)
PROMO(vare)

APOSTROFĂ (vezi ADRESARE)

Figură retorică prin care autorul/vorbitorul/personajul se adresează direct unei persoane (sau unui obiect personificat).

Se poate considera că apostrofa retoricii clasice corespunde astăzi personalizării (excesive) din domeniul publicității.

Fiindcă Nescafe tu bei, pleci în lume unde vrei!

ARGOU: Limbaj codificat înțeles numai de inițiați; textul publicitar folosește expresii argotice pentru promovarea produselor care se adresează unui grup social relativ închis, mai ales, tinerilor.

Mesteci și faci față distracției...**Marfă!** [Bomboane Sugus]

“Marfă” are sensul unui superlativ, ca și “beton” sau structura x de x (Băiat de băiat).

Pentru că așa vrea mușchii tăi ...[Sprite]

ASINET (ASINETON): figură retorică bazată pe suprimarea conjuncțiilor (mai rar și a prepozițiilor) pentru a conferi dinamism textului.

Veni, vidi, visa [BRD]

AUTOGRAFIE: procedeu prin care textul publicitar pare că este scris de autor, personaj etc.

Parfumul care mă îmbracă. În stilul meu! [Prêt à Porter Casual Wear]

AUTOPARODIE: se bazează adesea pe interferarea unor tipuri discursive diverse, având ca rezultat intertextualitatea de tip publicitar. Reușita acestui procedeu depinde, în primul rând, de sesizarea de către destinatar a imitației sau a parodiei și de recunoașterea tipului de discurs vizat¹.

“Copleșitor – fenomenal – impetuos – excepțional – impresionant – excelent – imbatabil – năvalnic – extraordinar – minunat [...] – atât și nimic mai mult! Cielo – forța tehnologiei ”

BREVILOCVENTȚĂ: procedeu sintactic care constă în formularea concisă a propoziției/frazei.

CALAMBUR: joc de cuvinte bazat pe echivoc, care se realizează prin exploatarea intenționată a omonimiei, a polisemiei, a paronimiei, a antonomazei etc.; înțelegerea acestei figuri depinde de cunoașterea realității (extra)lingvistice.

Dosia – noua soluție pentru curățat geamuri.

Relaxare nu înseamnă deconectare. Relaxare înseamnă conectare
[connex GSM]

A apărut un nou tip.

Ia-l acasă. E bun la pat. [Noul aspirator LG cu *Sani punch*]

CLIMAX: figură sintactică, formă de enumerare realizată în gradație ascendentă sau intensivă (când începe de la cuvintele cele mai slabe la cele mai tari) sau în gradație descendentă (**anticlmax**), atunci când imaginea unui obiect evoluează de la dimensiunea ei firească la una din ce în ce mai redusă

Explică-ți **trecutul**, trăiește-ți **prezentul** cunoscându-ți **viitorul!** (text publicitar pentru Tarot)

COMPARAȚIE: figură semantică care constă în apropierea a doi termeni -A (comparat) și B (comparant) – prin intermediul unui adverb ce semnifică asemănarea lor totală sau parțială (ca, precum, cum).

...

Dove nu îți va usca pielea, așa cum pot face săpunurile obișnuite.

Dove arată ca un săpun, face spumă ca un săpun, spală ca un săpun.

Dar nu este săpun.

CUVÂNT-CHEIE: termen al textului publicitar care are o semnificație importantă pentru înțelegerea discursului.

1. Cuvintele-cheie sunt reprezentate de numele produsului/produselor și pot fi inserate în text ca unități de semnificație comune (jocuri de cuvinte). Cuvintele-cheie pot avea grafia care redă numele de marcă (xenisme) și pentru a fi scoase în evidență se face apel la caligrame, grafisme etc. dificil de redat aici:

Câte un Diamond pentru fiecare dintre femeile care ești!

Inspiration sau **illusion**? Alegerea e dificilă, dar plăcută. Chiar dacă nu te-ai hotărât încă, de câteva lucruri ești sigură: te caracterizează un stil de viață **dynamic**, o înnăscută înclinație pentru **fashion**, o dorință permanentă de **comfort** și, deși iubești tușeul **clasic**, nu-ți displace să fii în **avantgarde**. [...] Ai învățat să te păstrezi **opaque** din când în când, ești **finesse** întotdeauna, iar în tine se ascunde un adevărat **star**...De fapt, nici nu e nevoie să iei chiar acum o hotărâre. Pentru fiecare dintre femeile care ești, am creat noua colecție de ciorapi Diamond. 14 produse, în nuanțe fine și variate [...]

2. Cuvintele-cheie alcătuiesc o listă, un inventar al relelor împotriva cărora se luptă, în special, în campaniile publicității umanitare (și în acest caz, grafismele joacă un rol important). Opțiunea pentru "liste" nominale formate din cuvinte-cheie pare să sugereze că simpla lor înșiruire este suficientă, orice alte cuvinte fiind inutile (punctuația lipsește, alternanța caligramelor făcând posibilă citirea textului ca într-un poem suprarealist). În unele cazuri, aceste cuvinte-cheie asigură substanța manifestelor propuse de publicitatea umanitară.

Exemplul următor va ilustra cum se face referire, în cadrul textului, la societate (prin substantive) și la individ (prin adjective).

[...] Îți propun ca, în 1999, să spui

STOP SIDA

Tu, ELLE și ARAS, timp de un an ne împotrivim:

delăsare prostrație indolență pasivitate apatie neimplicare indiferență nepăsare placiditate
nesimțire ignoranță neștiință dezinformație incultură neinstruit opacitate needucat incompetență
neavertizat

mărginire inconștiență prostie candoare neghiobie naivitate credulitate teribilism nerozie
imprudență exagerare neglijență exces nesocotință iresponsabil ineptie aberație obtuzitate
stupizenie elucruație absurditate egoism insensibil meschin abuz respingere înfierare arbitrar
blamare izolare repudiare proscris claustrare stigmatizare umilire îngrădire renegare
singurătate subestimare bagatelizare minimalizare uitare

Cuvinte sinucigașe, noțiuni criminale, idei pentru care nu există iertare. Mai rele ca moartea.

ELIPSĂ: figură care constă în contragerea enunțului prin omiterea unui cuvânt sau chiar a unei propoziții ce se poate deduce liber din context sau situație. Elipsa nu se confundă cu subînțelegerea, (în care termenul omis se află în același context). În elipsă termenul omis poate diferi, în același context, pe când în subînțelegere termenul omis este unul singur (și cunoscut).

Ciuc. Încă una și mă duc. (text publicitar)

EPANORTOZĂ: figură care se realizează prin retractarea sau reluarea a ceea ce s-a spus mai înainte în același enunț, cu scopul de a se corecta, prin înlocuire, un cuvânt, o expresie etc. sau a se reconsidera importanța sa. Corectarea enunțului poate conduce adesea la modificarea sensului.

Noul ARIEL – **nu doar curat, ci impecabil de curat** (text publicitar)

EPIFORĂ: figură care constă în repetarea aceluiași cuvânt/grup de cuvinte la sfârșitul unor fraze succesive

Dove arată ca un săpun, face spumă ca un săpun, spală ca un săpun.
Dar nu este săpun.

Culoarea vine când **vrei**. Stă cât **vrei**. Dispare când **vrei**. Teama? De nici o culoare! (Wella, text publicitar)

FORMULĂ: text în care apar elemente nonlingvistice (numere, semne etc.).

Organics = Viață = Frumusețe

Coenzima **Q10** pe care o conține chiar pielea ta.[Nivea Visage]

Cu ¼ cremă hidratantă, Dove nu usucă pielea așa cum o poate face un săpun obișnuit.

HIPERBOLĂ: figură a exagerării care se realizează prin mărirea imaginii obiectului peste limitele sale firești. În lexicul hiperbolic predomină **adjectivele cu sens de superlativ**.

Cola Cao – o **excelentă** băutură de cacao
FNI- Un avantaj **urias** pentru investitori

Hiperbola este adesea asociată cu alte figuri care îi măresc expresivitatea (metaforă, comparație, personificare):

Energia Universului – în bateriile autoSolite
Noul PUR Universal – detergentul cu o mie de fețe
Arctic- noi înghețăm și ecuatorul

IDIOMATIC: care aparține unei limbi, unui grai, unui dialect. **Expresiile idiomatice** sunt adesea intraductibile.

“Nu numai că lumea administrării de rețele *este la picioarele tale*, dar ea se află de acum chiar la *degetul tău mic*” [Imprimante Hewlett Packard]

“Întotdeauna la picioarele tale” [Scholl]

“Ca să te simți în apele tale! Ia Eurovita antistress! [...] Treci prin situații stresante ca peștele prin apă!” [Europharm]

INJONCTIUNE/INJONCTIV: ordin precis, formal.

My Net. Leagă-te de mine!
E Sony. Alege!
Încearcă Dove timp de / zile!

INTERTEXTUALITATE: Parametru de caracterizare a unui text publicitar la nivelul relației (intenționate sau nu) pe care acesta o stabilește cu texte anterioare. De exemplu, o reclamă pentru Dialog GSM este redactată sub forma unui meniu de restaurant în care apar secvențe textuale ca: “Din partea casei”; “Garnituri”, “Din meniul viitor”

Meniu Dialog
Deschide pofta de conversație”

Un alt tip de reclamă pentru Dialog se axează pe sloganul “Un candidat imposibil de refuzat!” iar organizarea textului publicitar mizează pe un intertext de tip *Curriculum vitae*, cu secțiuni informative (nume, adresă, data nașterii produsului), persuasive (realizări profesionale-argumentul performanței; calități) și proiective (perspective de dezvoltare).

INTERTEXT Veni, vidi, visa [BRD]

Gallina Blanca – dragoste la prima degustare

JOCURI DE CUVINTE vezi CALAMBUR

Unul dintre procedeele specifice reclamelor este jocul de cuvinte care se bazează pe folosirea aceluiași cuvânt ca substantiv comun și ca substantiv propriu (numele produsului, al firmei etc.):

PULS – noi vă asigurăm pulsul! [Stația de salvare PULS]
Alegeți luxul propriu pielii dumneavoastră pentru că frumusețea pielii începe cu LUX (săpun)

METAFORA

Retorica clasică a favorizat definiția metaforei drept comparație implicită (“comparație prescurtată”). Mecanismul semantic al metaforei: dacă A_1 (cu sensul S_1) este termenul metaforizat (substituit) și A_2 (cu sensul S_2) termenul metaforic (substituent), înlocuirea lui A_1 prin A_2 nu va fi posibilă decât unei baze semice comune lui S_1 și S_2

“...în constituirea metaforei se stabilesc două serii de reprezentări: o serie de asemănări între realitatea desemnată și cuvântul metaforic dar și o serie de diferențe între cele două părți ale metaforei. Impresia de deosebire dintre termenul propriu și metaforă nu trebuie ștearsă printr-o prea mare asemănare, căci metafora nu rezultă niciodată dintr-o unificare totală de sens.” (DISCURSL)

Metafora cunoaște două forme principale:

1) coalescența: metaforă explicită (metaforă *in praesentia*): A_1 este A_2

Hellios – un strop de soare pentru fiecare
Dove – un dar adus fiecărei atingeri.
Clasa A – o nouă stea în Galaxia Mercedes-Benz.

2) implicația: metaforă implicită (metaforă *in absentia*): A_2 în locul lui A_1

FA te poartă pe valurile proștețimii!

METONIMIE: figură retorică de înlocuire a unui termen prin alt termen, bazată pe o relație logică de contiguitate între cele două concepte desemnate de aceștia.

Relația cauză-efect:

Palmolive – strălucirea părului sănătos.

Derosept – igienă și curățenie pentru întreaga casă

OMOFONIE: calitate a două sau mai multe cuvinte de a avea aceeași pronunțare.

Asul înălbitorilor – ACE (pronunție as)

OXIMORON: evocare în aceeași sintagmă a unor însușiri contradictorii.

PARADOX: figură a ambiguității, înrudită cu antiteza și ironia, prin care se enunță ca adevărată o idee ce contrazice opinia generală (comună).

Relaxare nu înseamnă **deconectare**. Relaxare înseamnă **conectare**
FLIT – **mor** insectele **după el**

(Paradoxul este adesea asociat cu proverb, zicală, citat):

(Plasturele) Urgo la nevoie se cunoaște

Urbis – yala bună trece primejdia rea

(Cubul de concentrat de supă) Gallina Blanca- dragoste la prima degustare

Uneori paradoxul este indicat în text:

Paradoxal dar real: congelat înseamnă proaspăt [**Tiko**]

PERSONIFICARE: figură de stil prin care se atribuie unui obiect concret sau unui concept abstract trăsături ale ființelor vii.

Așa cum m-a învățat Dosia

Culoarea care te prinde! Părul tău a avut întotdeauna o culoare frumoasă.

Dar, în vara asta e timpul să trăiești blondul la maxim! Blondul plin de viață. O vară în culoarea care te prinde! [Wellaton]

PLEONASM: figură de stil care constă în folosirea mai multor cuvinte sau construcții decât ar fi necesar pentru exprimarea unor idei sau imagini; figură de gândire bazată pe repetarea a două sau mai multe cuvinte care au același sens sau care aparțin aceleiași sfere semantice.

Medoform **delicios de savuros**.

Curând Hyatt Regency Bucharest *își va aduce aportul* la cifra de afaceri a lui Hyatt

POLISEMIE: capacitate a majorității cuvintelor din limbile naturale de a avea mai multe sensuri. Ambiguitatea contextuală este frecvent folosită în textul publicitar.

Dosia – noua **soluție** de spălat geamurile.

Mondeo **conduce...Condu-l!**

PROVERBUL: învățătură morală populară, formulată într-o expresie concisă, eliptică, metaforică, rimată. Inserat ca atare (nemodificat) în textul discursului publicitar, contribuie la sporirea forței persuasive a acestuia, datorită caracterului său sentențios. Proverbul este adesea “adaptat”, reformulat.

Cum îți așterni, așa dormi. Fii înțelept, alege AFI

Spune-mi ce mesaje primești ca să-ți spun cine ești (Connex-Serviciul de mesaje secrete)

Urgo la nevoie se cunoaște.

Urbis – yala bună trece primejdia rea.

REPETIȚIE: figură sintactică (de construcție) care constă în reluarea de două sau mai mult ori a unei secvențe (sunet, cuvânt, grup de cuvinte); în textul publicitar se reiau, mai ales, numele produsului și cuvintele-cheie.

Unul din secretele **reducerii ridurilor** se află în **propria ta piele**. De acum se află și în această **cremă**. **Coenzima Q10** pe care o conține chiar **pielea** ta.

O descoperire revoluționară: concentrația **coenzimei Q10** din celulele pielii scade pe măsură ce înaintezi în vârstă. Acum **NIVEA VISAGE** îți oferă chiar agentul anti-rid conținut de **propria ta piele**. Pentru **reducerea** garantată a **ridurilor**.

Nou de la **NIVEA VISAGE**: **Crema anti-rid Q10** de zi și de noapte [NIVEA VISAGE]

RIMĂ: identitate fonică a finalelor:

Nu-i așa că e tentant...
Ceva mic și elegant?
SunTel Instant!

Connex Cent
Un serviciu fără precedent.

Dacă vrei să nu răcești
Inima să-și încălzești
Pleacă repede în târg
Să cumperi Sankt Petersburg [Votca Sankt Petersburg]

TERMINOLOGIE: ansamblu de termeni folosiți într-un domeniu de activitate, care se caracterizează prin univocitate și non-ambiguitate. Terminologiile sunt formate din elemente neologice și apar în discursul publicitar în special în secvențele descriptive ale produsului

(sunt descrise elementele constitutive ori calitățile produsului dintr-o perspectivă argumentativă).

Ergonomic & funcțional

Programele inscripționate pe panoul de control.

Mânerul integrat pentru deschiderea capacului.

Capac echilibrat cu deschidere lină și progresivă.

Sertare pentru detergent integrate, cu indicatoare de nivel.[Candy]

TAUTOLOGIA: figură care constă în repetarea cuvântului cu rol de nume predicativ sau a oricărui alt cuvânt ca termen al propriei sale determinări: A este A.

Ce e al tău e al tău.

Ce e bun e bun. [Connex GSM]

DISCURSUL PUBLICITAR ȘI CULTIVAREA LIMBII ROMÂNE

Textul publicitar recurge adesea la **neologisme**, în special, datorită caracterului “mai tehnic” sau “mai cult(ivat)” al acestora.

Metadiscursul publicitar utilizează adesea termenul *promoție* cu sensul de “lansare pe piață a unui nou produs” în loc de *promovare*.

DEX'96 înregistrează pentru termenul *promoție* sensul de “serie de absolvenți ai unei școli, ai unei facultăți etc.; totalitatea persoanelor care absolvesc în același an un ciclu de învățământ”. Lingviștii au atras atenția că acest termen este folosit impropriu datorită încadrării sale în categoria *false-frienddiscurs*, între cele două cuvinte existând o asemănare formală.

Unii autori consideră că **utilizarea neologismelor nu este adecvată de cele mai multe ori contextului**, ca în exemplele următoare:

Formatul său special îi permite să **se gliseze** în cele mai mici spații și să elimine depunerile de la rădăcina dinților

La viteză redusă, vibro Belt **vă furnizează** un masaj dulce care elimină tensiunea, îndepărtează durerile și vă relaxează.

În alte cazuri, o sursă de încălcare a limitelor de combinare impuse de sensul cuvintelor o constituie preferința pentru termeni mai “tehnici”:

Noul șampon Palmolive, special **formulat** pentru părul dumneavoastră (corect ar fi fost: “are o formulă specială”)

Revalid **stopează** căderea părului. Chiar **stopează** căderea părului (regimul verbului indică “vehicule” sau “țesături”; mult mai indicat în acest context ar fi fost verbul “a opri”)

Utilizarea abuzivă a adjectivelor neologice superlative reprezintă o altă sursă de încălcare a normelor exprimării corecte.

Oala dietetică **revoluționară** vă ajută să pregătiți mâncăruri gustoase și cu calorii puține.

Un geamantan **revoluționar** la cel mai mic preț.

Secretul **genial** al oalei dietetice este circulația aerului cald.

Abaterile de la norma limbii înregistrate în plan morfologic privesc, în special, textele cu valoare superlativă și adesea cu tonalitate bombastică în care adjectivul nu suportă, în mod obișnuit, comparația:

“Derosept poate reda rufelor *albul cel mai curat*”

“Noul Sole – *albul absolut*”

“*Mai mult decât alb*, albul Bona!”

Tendința spre concizie, spre economie lingvistică determină în multe cazuri apariția unor **creații lexicale ciudate**.

“Ai nevoie de ALO, primul Serviciu GSM *pre-plătit* din România”

“Fiecare cartelă are o suprafață *răzuibilă* sub care se află un cod numeric”

“Darul ți se întoarce *înmiliardit*” [Cartea poștală PRO TV “Dăruiești și câștigi!”]

O altă sursă a abaterilor o constituie **tonalitatea bombastică**, abuzul de superlative, folosirea limbajului prețios, grandilocvent care tind să sufoce textul publicitar.

Colour Proof Mascara are o rezistență deosebită în timp și conferă un volum deosebit genelor tale.

“Descoperiți eleganța sexi a acestei super-încântătoare lenjerii. Îndrăzniți în fine să fiți adevărata femeie care sunteți în străfundurile dvs.! [...] Pentru seară, fiți super-îndrăzneată! [...] Acest minunat Body, mângâietor și fără cusături, vă va părea ca un complement indispensabil la care visați de mult timp. Faceți-vă plăcerea de a fi mereu femeie”.

La nivel ortografic textele publicitare au tendința de a prelua modelul anglo-saxon de scriere cu majuscule a tuturor cuvintelor noționale. Această tendință se manifestă, mai ales, la nivelul titlurilor.

Mulți Ani De Frumusețe!

Sărbătoriți! Ziua de naștere nu trebuie să însemne alte riduri și semne datorate vârstei.

Sărbătoriți! Clinique Stop Signs, noul ser împotriva semnelor datorate vârstei, știe să aducă timpul de partea dvs.

Stop Signs Visible Anti Aging Serum conține ingrediente ce stimulează producția naturală de collagen, diminuând vizibilitatea ridurilor existente. [...]

Deci, sărbătoriți ori de câte ori vă priviți în oglindă.

Clinique.

Testat pentru a nu produce alergii. 100% Fără parfum. [Clinique]

DISCURSUL PUBLICITAR SIMBOLIC

Publicitatea difuzează cu predilecție simboluri mai mult decât bunuri reale: ea instaurează cultul obiectului nu pentru serviciile pe care acesta le-ar putea aduce utilizatorului, ci pentru imaginea pe care obiectul i-ar permite consumatorului să și-o facă despre el însuși. Astfel prin publicitate se propun atenției publicului nu automobile, ci superioritate, nu telefoane mobile ci speranță, libertate, nu produse de înfrumusețare ci efectul lor - tinerețe și frumusețe-, nu frigidere ci inovație în domeniul păstrării alimentelor etc.

Exemple:

WHIRLPOOL- Aduce calitate vieții.

KENT PREMIUM LIGHTS – Atitudinea creează viitorul.

CONNEX – Viitorul Sună Bine.

Funcția globală a publicității nu este doar de a crește vânzările ci de a integra individul într-un anumit tip de societate înlănțuindu-l de obiecte și de consum ca elemente fundamentale ale valorii individuale, bunăstării și fericirii.

Influența sloganului publicitar asupra altor tipuri de texte poate fi privită ca un fenomen de intertextualitate. Titlurile de presă sunt comparabile cu sloganul publicitar. Sloganul politic se apropie de textul publicitar, pe care îl reia în diferite forme. De exemplu, deviza PROTV “Te uiți și câștigi” se transformă în “Dăruiești și câștigi” și devine în campania electorală “Votezi și câștigi”.

Codul publicitar are o dinamică proprie. Un procedeu nou perceput de public ca aparținând genului publicitar poate să se generalizeze și să intre în convențiile genului. Evoluția sa se va încheia o dată cu “tocirea” sau “îmbătrânirea procedurii”.

Discursul publicitar actual tinde spre o reducere progresivă a textului în favoarea imaginii; uneori textul se reduce la un logo.

Tendința estetizantă a publicității se manifestă, mai ales, prin distanțarea de constrângerile marketingului, distanțare față de produs, de marcă etc. prin impunerea unor formule discursive noi.

Estetica frazei publicitare devine poncif și are o influență mare asupra limbajului obișnuit. Acesta înregistrează numeroase construcții eliptice, condensate, telegrafice, caracterizate prin eliminarea cuvintelor de legătură, care au adesea forma unor calchieri ale enunțurilor publicitare.

DISCURSUL PUBLICITAR ȘI TEHNOLOGIA INFORMAȚIEI

Discursul publicitar exploatează multiplele procedee ale informaticii, în special, în două direcții.

În primul rând, publicitatea pe magistralele informaționale, în Internet își dezvoltă noi strategii, integrând text, imagine, desen animat, voci etc. într-un ansamblu interactiv.

În al doilea rând, discursul publicitar beneficiază de facilitățile oferite de băncile de date care stochează un tezaur de antonime, omonime, cuvinte polisemantice, figuri retorice etc. Unele programe permit generarea unor scheme sintactice simple, stocarea cuvintelor în funcție de numărul de silabe, calități fonice, inventarierea formulelor fixe (și controlul efectului ritmic) etc. Pe de altă parte, dicționarele electronice pot da răspunsuri la probleme de selecționare a verbelor, a substantivelor folosite pentru a realiza cuvinte-valiză și alte unități lingvistice.

Retorica discursului publicitar și informatica își dau mâna pentru a realiza programe de perspectivă cum ar fi publicitatea asistată de calculator sau sloganul asistat de calculator.

Scheme de analiză a unor texte publicitare

În acest capitol vom arăta câteva direcții de analiză a unor texte publicitare.

Studentii vor redacta o lucrare de analiză a textelor publicitare cu o temă la alegere:

- procedee tipice de realizare a discursului publicitar;
- strategii persuasive în discursul publicitar;
- texte specifice unui tip de produs (detergenți, automobile etc.).

Observație. Nu este obligatorie folosirea pentru lucrare a schemelor și a textelor de mai jos. Este de preferat ca studentul să-și alcătuiască singur un corpus de texte pentru analiză.

L'OREAL PARIS- Pentru că merit.

- confesiune;
- elipsă;
- structură de adâncime: folosesc L'Oreal Paris pentru că este cel mai bun produs din gama lui și eu merit ce este mai bun;
- plasarea destinatarului în zona celor recompensați - pe merit - pentru calitățile lor

J de JANINE. UNISEX. Parfumul cu două tăişuri.

- elipsă
- includerea numelui produsului în numele creatorului (ca nume de marcă)
- ambiguitate
- indicarea unui singur produs care are două fațete (țintă dublă) prin aluzie la "arma cu două tăişuri"

PRET A PORTER CASUAL –WEAR – Parfumul care mă îmbracă. În stilul meu!

- elipsă
- personificare
- accent pe unicitatea consumatorului (În stilul meu!)

JANINE make up PROFESSIONAL- MACHIAJUL ÎN CARE SUNT FĂCUTE VEDETELE.

- rolul esențial, fondator al produselor de machiaj (Cf. pictură în ulei, în tempera etc.)

CHESTIUNEA ZILEI CU FLORIN CĂLINESCU-(Pro Tv)- E o sărbătoare în fiecare zi de muncă.

- paradox
- accent pe calitate ca argument al competenței în realizarea unui program (E o sărbătoare)

PRO TV - E NUMAI UNUL!

- sugerarea poziției de lider în domeniul televiziunii (Cf. Unul și unul!)

MICRI GOLD - ...Diamantul... eternul simbol al iubirii!

- transferul unei calități definitorii a pietrei (durabilitatea) asupra unui cuvânt abstract (iubire)
- actualizarea unui cod simbolic (diamantul ca piatră folosită la inelele de logodnă)

HANSAPLAST - Noi vă ajutăm să vă vindecați.

- solitudine
- termeni marcați pozitiv (a ajuta, a vindeca)

ALO 3D - Te provoacă la dialog.

- tema “provocării”
- ambiguitatea termenului “dialog”: conversație și negociere

KENT PREMIUM LIGHTS - ATITUDINEA CREEAZĂ VIITORUL.

- proiecție
- stilul ca factor determinant în viață

SONY- GO CREATE.

ȘAMPONUL NIZORAL - UN VIITOR FĂRĂ COMPLEXE!

NIVEA FOR MEN - ÎNGRIJIREA NECESARĂ BĂRBAȚILOR.

LUCKY STRIKE LIGHTS - I CHOOSE AN AMERICAN ORIGINAL.

NOKIA - CONNECTING PEOPLE.

SEVENTEEN - FOLLOW THE SPIRIT OF THE NEW COLORS!

SCHWARZKOPF - CAPITAL pentru un păr frumos.

- grafism
- capital cu sensul “important, indispensabil”

DREI WETTER TAFT - Întotdeauna perfect.

- perfecțiune în orice situație

NOUL HEAD & SHOULDERS- O SINGURĂ PROTECȚIE ANTI-MĂTREȚĂ. 5
STILURI DIFERITE.

- un singur produs deschide cinci perspective stilistice

GUSTUL PEPSI - ASK FOR MORE/CERE MAI MULT

- injonctiv
- lansarea provocării implicite (produsul îți poate oferi mai mult)
- actualizarea temei “a cere drepturi”: ai dreptul să ceri mai mult atât calitativ, cât și cantitativ (o sticlă de apă gratis)

REVISTA MAMI - SUNTEM CU TINE DIN PRIMA CLIPĂ.

- tema apropierii, a sprijinului pe care “echipa” de redacție (suntem) îl oferă atât mamei, cât și copilului
- adresare, personalizare (cu tine)
- revista ca “a doua mamă”

RESTAURANT PRESIDENT - ALEGE RAFINAMENTUL...

- injonctiv
- provocare: sugerarea calităților (care ar trebui descoperite de client) prin puncte de suspensie

STARTPAGE - ...TE CĂUTĂM NOI.

(www.startpage.ro)

- structură implicită; punctele de suspensie în poziție inițială ar putea fi decodate ca “lasă, nu-ți face griji”
- sugerarea interactivității, a unui dialog anterior; textul pare să fie un răspuns

PRIMA TV - OPREȘTE LA PRIMA PENTRU PROGRAME SPECIALE!

- joc de cuvinte pe expresia eliptică uzuală “a opri/a coborî la prima”
- includerea numelui postului în textul publicitar cu alte valori decât cea de nume propriu (ambiguitate)

ANTENA 1 - MEREU APROAPE.

- tema “împreună pentru totdeauna”;
- coordonată de timp: mereu (se poate conta întotdeauna) și spațială (actualizare a sensului expresiei “aproape de sufletul cuiva”)
- elipsă

‘NEAȚA - Viața începe cu ‘NEAȚA, emisiunea care-ți schimbă viața.

- afereză
- rimă
- clișeu

DOVE - Un dar adus fiecărei atingeri.

SECRET (DEO) - Atât de PUTERNIC. Atât de FEMININ.

- anafora
- oximoron (Cf. femeie puternică)

SCHOLL - Întotdeauna la picioarele tale.

- clișeu (a fi la picioarele cuiva)
- ambiguitate: piciorul încalță produsul (concret); produsul “se dăruiește” total persoanei (implicit - fiindcă este de calitate bună)

GALENIC - FRUMUSEȚEA ESTE O ȘTIINȚĂ.

- Definiție (categorie estetică drept categorie a cunoașterii și nu ca obiect al “artei”)
- structură implicită (a menține, a aduce frumusețe este o știință)

DOMO - expertul în electrocasnice.

STREPSILS - SPECIALISTUL ÎN DURERI DE GÂT.

- argumentul competenței
- substantiv cu articol hotărât (unicitate)

CARDUL BANCAR DE DEBIT VISA ȘI CEL DE CREDIT VISA CLASSIC - BANI ÎN MIȘCARE.

- personificare
- reactualizare a expresiei “bani în circulație”
- referentul trimite la concepte neologice (bani de plastic)

CLARINS - Nimeni nu îți înțelege mai bine pielea.

- superlativ
- personificare
- produsul ca prieten care te “înțelege”
- metonimie cauză (produs)-efect (“înțelegerea” ca îngrijire adecvată)

DIAMOND (CIORAPI) - O frumusețe de preț!

- ambiguitate
- antifrază litotică (preț mic)

SEVENTEEN - Noile culori ale modei.

SunTel INSTANT - Gândește-te un pic!

- îndemn la rațiune
- structură completă (gândește-te un pic la avantajele...)

RIMMEL LONDON - VORBEȘTE DESPRE TINE.

- personificare
- ambiguitate: vorbește despre tine poate fi înțeles fie ca “exprimă-te!”, fie ca “te pune în valoare” sau “te dezvăluie”

POGANY (LENJERIE) - ARTA DE A SEDUCE.

- definiție
- metonimie concret-abstract
- înscriere în codul cultural: numele produsului este identic cu cel al unei opere de artă (Domnișoara Pogany de Brâncuși)
- aluzie

CALVE PASTĂ DE TOMATE - BUN CU BUN SE FACE!

- tautologie
- ambiguitate (actualizare simultană a sensurilor “gustos” și a locuțiunii “cu bun”)
- formulare peremptorie

CANDY (ELECTROCASNICE) - ALEGEREA MEA!

- valorizarea persoanei care știe să aleagă
- structura de adâncime: este alegerea mea fiindcă este de calitate

PAMPERS - UN PAS ÎNAINTE!

- Ambiguitate; actualizarea simultană a sensului “primii pași” ai copilului și a expresiei (a face un pas înainte= a descoperi, a inova)

SUPRADYN (MULTIVITAMINE) - SUPRADYN. REZERVA TA DE ENERGIE.

- alocarea resurselor energetice
- “rezerva” ca o condiție a sănătății

SENSI BLU (FARMACIE) - ETERNUL FEMININ.

- aluzie culturală, intertext (Goethe, Faust), loc comun
- clișeu cultural

DIALOG - FACE TOTUL POSIBIL.

- ambiguitate
- actualizarea sensului de “conversație” și a sensului de “negociere” (face totul posibil)

BONA AUTOMAT - MAI MULT DECÂT ALB, ALBUL BONA! (ELLE)

- epanortoză

- încercare de impunere a unei nuanțe de alb (Cf. alb de plumb, alb de titan, alb de zinc, alb isabelle)

VIVA (REVISTĂ) - O LUME ÎNTREAGĂ ÎN VIVA!

- ambiguitate: lume ca “oameni” și ca “univers”

REVALID (VITAMINE etc.) - DE TINE DEPINDE!

- adresare
- ambiguitate în atribuirea responsabilității: sănătatea “este în funcție de vitamine” iar decizia de a le cumpăra “atârna” de cumpărător

Sistemul PANTENE ULTRA-V - DESCOPERĂ CE BINE TE SIMȚI CU UN PĂR SĂNĂTOS.

- îndemn
- selectarea verbului a descoperi (cf. cap descoperit)
- actualizarea simultană a unor sensuri ale verbului “a descoperi”: “a pătrunde o taină, un mister” și “a afla”

RUJ Hydra Finish AVON - PENTRU BUZE ÎNSETATE... DE FRUMUSEȚE.

- paradox
- ambiguitatea folosirii cuvântului “însetat” care determină o dublă actualizare: a sensului propriu “care suferă de sete” și a sensului figurat “avid de...dornic de...” (caz în care “buzes” devine echivalentul “sufletului”)

IMAR & VIP CLINIC (CENTRU DE ÎNFRUMUSEȚARE) - TRUP ȘI SUFLET PENTRU TINE.

- clișeu: “a fi la dispoziția cuiva”
- expresia “a fi trup și suflet cu cineva” = a se identifica cu aspirațiile cuiva
- ambiguitate: se tratează trupul și se “vindecă” sufletul (frumusețea trupului atrage buna dispoziție)

ELITA SELECTED (cafea) - ELITA SELECTED. ELITA BUNULUI GUST.

- anafora
- ambiguitate prin decodarea fie ca “gust bun”, fie ca “bun gust” (= rafinament)

BEEFEATER (GIN) - Fii oriGINal!

- grafism
- includerea numelui de “tip de produs” în cuvântul cheie al textului publicitar

LUCKY STRIKE: AșaDAR pentru fiecare buzunar

- grafism

- ambiguitate: tranșa grafică se poate citi legat (așadar = “decî”) sau conform indicației de lectură (așa dar = “un asemenea dar”)

FRANKE (MOBILIER) - NEVOIA DE ARTĂ...

- exprimarea unei “trebuințe de autorealizare” - cea estetică (Cf. A. Maslow)
- tăcerea semnificativă marcată de punctele de suspensie trimite la capacitatea produsului de a satisface această trebuință estetică

OMO INTELLIGENT - NOUL OMO INTELLIGENT. ȘTIE CE FACE.

- cuvânt englez preluat cu grafia originală în text românesc
- atribuirea unei calități umane unui produs (care nu face parte din cele dotate cu inteligență artificială)

ARIEL MOUNTAIN SPRING - UN MUNTE DE HAINE IMPECABIL DE CURATE!

HEAD & SHOULDERS - NU LĂSA MĂTREAȚA SĂ ÎȚI STEA ÎN CALE.

- injonctiv
- temă de tipul problemă (mătreața) - soluție (folosirea produsului)
- expresia idiomatică *a sta în calea cuiva* = „a împiedica pe cineva” să se realizeze

LG (ELECTRONICE) - WE PUT PEOPLE FIRST.

ZANUSSI - VIITORUL ÎN CASA TA.

- proiecție
- aspirație

DOMESTOS- Distruge TOȚI microbii.

- majuscule pentru a reda “rezolvarea deplină, fără rest” a problemei
- argumentul competenței

RAMA (MARGARINĂ) - PUR ȘI SIMPLU DELICIOASĂ.

- superlativ redat prin folosirea locuțiunii adverbiale “pur și simplu” (= nici mai mult, nici mai puțin decât...)

BIBLIOGRAFIE

AUTRAND, Charles, *La Publicité*, Paris, Seghers, 1976.

CORNU, Geneviève, *Sémiologie de l'image dans la publicité*, Paris, les Éditions d'organisation, 1990.

DÂNCU, Vasile Sebastian, *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1999

DUBOIS, Michel, *la Publicité en question*, Paris, Montréal Bordas, 1972.

- ECO, Umberto, *Lector in fabula*, Editura Univers, București, 1991
- EVERAERT-DESMEDT, Nicole, *La Communication publicitaire. Étude sémio-pragmatique*, Louvain-la-Neuve, Cabay, 1984.
- HUISMAN, Denis, *le Dire et le faire: pour comprendre la persuasion: propagande, publicité, relations publiques, essai sur la communication efficace*, Paris, SEDES, 1983.
- GRUNIG, Blanche, *Les Mots de la publicité*, Paris, Presses du CNRS, 1990.
- PEYROUTET, Claude, *La pratique de l'expression écrite*, Nathan, Paris, 1991
- PEYROUTET, Claude, *Style et rhétorique* Nathan, Paris, 1994
- STOICHIOIU ICHIM, Adriana "Strategii persuasive în discursul publicitar (II)", în *Limbă și literatură*, anul XLII, Vol.III-IV, 1997
- Microsoft ENCARTA 98 Encyclopaedia, articolul *Advertising*
- CD-ROM Ogilvy and Mather Bucharest
- Encyclopaedia Universalis*, articolul *Publicité*.
- www.café.montreal.ca, articolul *La Pub*

PARTEA a IV-a DISCURSUL POLITIC

Motto : “Limbajul dă cadrul, iar scopurile politice operează selecția terminologică”¹

CAPITOLUL I

Terminologia politică - sistem lingvistic și conceptual în limba română actuală²

Introducere

Dacă am parafraza celebra afirmație a lui Hegel din “*Principii ale filosofiei dreptului*”³, conform căreia *teoria politică nu poate prescrie ci doar descrie realitățile politice*, am putea spune că *lingvistica nu poate prescrie ci doar descrie “realitățile” terminologice din domeniul politicului*.

Descrierea terminologiei politice la nivelul actualizării acesteia în limba română actuală presupune, pe de o parte, sesizarea unor aspecte și tendințe de evoluție interesante și, pe de altă parte, formularea unor observații dintr-o perspectivă normativ-prescriptivă.

Pornind de la constatarea că “știința comunicării a profitat prea puțin și prea sporadic de teoria limbajului”⁴, lucrarea își propune să prezinte câteva direcții de analiză a limbajului politic în limba română actuală.

Deși limba este cel mai important vehicul al comunicării umane, unii cercetători semnalează cu surprindere “interesul redus pe care-l acordă tratatele de comunicare fenomenului lingvistic”⁵.

Cursul de față își propune să schițeze câteva direcții de analiză a limbajului politic, chiar dacă acest obiectiv nu poate fi realizat decât în parte.

La o primă vedere, limbajul politic pare inabordabil, în special, din cauza vastității și complexității lui. De aceea, determinarea structurii limbajului politic a impus - din considerente metodologice și practice- restrângeri și precizări succesive ale obiectului cercetării.

Delimitările s-au realizat pe trei paliere:

- 1) nivelul terminologiei politice - așa cum apare ea în lucrările de specialitate, inclusiv în opere terminografice;
- 2) nivelul “actualizării” terminologiei politice în stilul jurnalistic, cu accent pe tendințele specifice de reflectare a fenomenului politic;
- 3) nivelul folosirii termenilor politici în limba comună și al definirii lor de către dicționarele generale ale limbii.

Determinarea acestei structuri s-a realizat în special din rațiuni metodologice, în realitate neexistând limite nete, în special între limbajul politic folosit în stilul jurnalistic și în limba comună.

¹ Van Cuilenburg, J.J., Scholten, O., Noomen, G. W., *Știința comunicării*, Ed. Humanitas, București, 1998

² Sintagma “limba română actuală” acoperă o etapă din evoluția limbii române care se referă la perioada dintre sfârșitul lui 1989 și “azi”.

³ Titlul original : *Grundlinien der Philosophie des Rechts*, 1821. Cf. DP. p.308.

⁴ Van Cuilenburg, J.J., Scholten, O., Noomen, G. W., *Știința comunicării*, Ed. Humanitas, București, 1998, p.149

⁵ Van Cuilenburg, J.J., Scholten, O., Noomen, G. W., *Știința comunicării*, Ed. Humanitas, București, 1998, p.149.

Alegerea exemplelor (citatelor) s-a făcut doar pe baza caracterului lor ilustrativ pentru diferite probleme puse în discuție și nu denotă nici o preferință ideologică, partizană sau de altă natură. (S-a încercat, în măsura în care a fost posibil, citarea unor surse cât mai diferite).

Abordarea limbajului politic a avut în vedere nu numai o încercare de clasificare și descriere a unor particularități ale acestuia, ci și semnalarea unor aspecte care ar putea interesa din perspectivă normativă.

Cursul nu și-a propus realizarea unei distincții nete între terminologia politică internațională și cea românească. În măsura în care au fost identificate aspecte de interes pentru evoluția terminologiei politice românești, acestea au fost prezentate fără pretenția de a epuiza materialul vast al cercetării. Această abordare mai degrabă “impresionistă” decât riguroasă, mi s-a părut a fi cea mai indicată într-o primă fază a cercetării limbajului politic. Identificarea și schițarea unor direcții de cercetare unitară a limbajului politic a contribuit la propunerea unui cadru general, în care, cred, se pot înscrie și alte tendințe.

Ar fi interesant de urmărit în ce măsură aceste încercări de ordonare, descriere și clasificare a unui material de o vastitate și complexitate extremă, ale cărui adevărate dimensiuni, cred, nu sunt încă cunoscute, pot fi folosite dincolo de simplu demers de organizare a cunoștințelor într-un domeniu. Mă refer la aspecte care privesc îmbunătățirea metodelor de clarificare conceptuală și adecvare terminologică, realizarea compatibilității între sisteme conceptuale, creșterea eficienței învățării, la diferite niveluri, în domeniul științelor politice și, mai ales, în comunicarea politică. Și aceasta deoarece, domeniul comunicării politice reprezintă inevitabil o dimensiune terminologică care ne privește, în cea mai mare măsură, pe toți.

Analiza unor elemente ale acestei terminologii interesează în primul rând din punctul de vedere al cercetării interdisciplinare (științe politice, epistemologie, terminologie, lexicografie). Studiul sistemului conceptual și lingvistic al domeniului politic este important și datorită aspectelor legate de însușirea acestuia în cadrul învățării.

Importanța cunoașterii terminologiei politice

Motto : *“Conocer una materia equivale a tener un dominio de parte de los lenguajes de esa materia; dominar los lenguajes de una materia equivale a tener una cierta comprension de la materia”*⁶ Teresa Cabre

Cunoașterea și analiza terminologiei politice poate prezenta interes dintr-o perspectivă dublă, teoretică și practică, în special asupra aspectelor ce privesc:

- 1. eficiența comunicării la toate nivelurile:** didactic, politic, jurnalistic, limbaj comun: o bună comunicare în domeniul politic presupune cunoașterea terminologiei și realizarea adecvării conceptuale și terminologice în discursul politic.
- 2. eficiența învățării :** studiul domeniului politic ar avea de profitat dacă conceptele și termenii atribuiți acestora ar fi cunoscuți nu numai în cadrul fiecărei discipline individuale (științe politice, marketing politic, comunicare politică, comunicare organizațională etc.), ci și printr-un studiu terminologic care ar pune în evidență specificul construirii terminologiei în fiecare domeniu în parte și ar prezenta diversele posibilități de folosire (contexte, restricții, adecvări/inadecvări) etc.
- 3. eficiența cunoașterii și analizei domeniului politic** ar crește în urma studiilor asupra terminologiei politice.

⁶ Cabre, M.T., *La terminologia*, Madrid, Editorial Antartida/Empuries., p.15.

A cunoaște terminologia unui domeniu științific înseamnă o cunoaștere “din interior” a domeniului respectiv. De obicei, procesul cunoașterii unui limbaj de specialitate se desfășoară simultan cu învățarea conceptelor. Sager⁷ afirmă că dacă limbajul unei discipline este suficient de bine cunoscut, atunci domeniul în discuție este structurat și cunoscut rațional de cel care îi cunoaște terminologia specifică. Unii specialiști consideră că învățarea în cadrul unui domeniu științific poate fi stimulată și ameliorată printr-un studiu al limbajului specializat corespunzător, care să preceadă procesul învățării propriu-zise a domeniului. Teste de acest fel au fost realizate de Maria Pozzi⁸ care a demonstrat că transferul cunoștințelor dintr-un domeniu este mult mai eficient și probabil mai durabil dacă presupune învățarea prealabilă a limbajului specializat (care contribuie la îmbunătățirea performanței lingvistice și a capacității cognitive în abordarea unor noi idei/probleme legate de subiect). Învățarea terminologiei domeniului politic poate contribui, prin urmare, la clarificare conceptuală și adecvare în discursul politic, prin raportarea la o structură terminologică. Aceasta ar trebui să cuprindă termen(i), informații gramaticale despre termen(i), sinonim(e), abrevieri (dacă e cazul), definiție, context, observații etc., cu indicarea, de cele mai multe ori, a surselor de referință.

Aceasta ar echivala cu ceea ce Teresa Cabre a afirmat cu privire la rolul terminologiilor în organizarea cunoașterii: “a cunoaște un domeniu științific înseamnă a stăpâni o secvență din limbajele (=terminologia, n.n.) acestui domeniu; a stăpâni limbajele unui domeniu înseamnă a avea o cunoaștere solidă a domeniului”

Descrierea terminologiei politice

Conceptul de terminologie

Conceptul de terminologie este utilizat cu mai multe sensuri interdependente, nu întotdeauna delimitate clar.

Valorile cele mai frecvent atribuite conceptului “terminologie” sunt:

1. Sistem de termeni care reprezintă cunoștințele într-un domeniu particular al unei activități. În acest caz, se impun următoarele precizări: “Termenii se obțin prin aplicarea unei denumiri unui anumit concept și printr-o procedură de lexicalizare naturală sau artificială (termenul verbalizează cunoștințele). Relația dintre denumire și noțiune este reflexivă și biunivocă pentru un termen dat. Un termen se caracterizează, deci, prin univocitate, monoreferențialitate și precizie”⁹.

2. “Domeniu transdisciplinar al cunoașterii interdisciplinare, care studiază conceptele și reprezentările sale (termeni, simboluri etc.)”¹⁰

Extinderea sferei de utilizare a unor termeni dincolo de un domeniu strict specializat reprezintă un fenomen care determină un nou mod de abordare a graniței dintre cunoașterea științifică și cunoașterea obișnuită care nu mai poate fi concepută ca rigidă ci, mai degrabă, ca permeabilă (din ambele sensuri). Această tendință de migrare a terminologiilor spre lexicul comun reprezintă o formă de manifestare a ceea ce Lerat numea “laicizarea progresivă a cunoașterii” în contextul “erei informaționale”.

⁷ în prefața la Cabre, M.T., *La terminologia*, Madrid, Editorial Antartida/Empuries., p.15.

⁸ Pozzi, Maria, *Teaching Terminology to Economics Students*, În TKE'96, *Terminology and Knowledge Engineering*, Frankfurt: Indeks Verlag, 1996, p.391-397]

⁹ Bidu-Vrâncănu, A., Ene, C., Dumitrescu, M., Vrâncănu, A., *Terminologiile științifice - delimitări, modalități de abordare, caracteristici*, în *Analele Universității București, Limba și literatura română*, anul XLVI, 1997, p.3-22

¹⁰ Felber, H., *Manuel de terminologie*, UNESCO, 1987.

2. Istoricul terminologiei politice

Apariția terminologiei politice este strâns legată de evoluția societății omenești. Vechimea, evoluția, complexitatea acestei terminologii precum și caracterul său inter, multi- și chiar transdisciplinar fac aproape imposibilă o observare a tuturor fațetelor sale. La dificultățile analizei contribuie atât cantitatea imensă de elemente conceptuale și lingvistice, cât și trecerea continuă a acestei terminologii prin diverse straturi (jurnalistic, administrativ, limba comună) cu permeabilitate deosebită pentru tot ce ține de domeniul “politicului”.

Terminologia politică are un caracter pronunțat istoric, internațional dar și național și, în perioada actuală, ca reflex al “globalizării”, o vocație de deschidere specială pentru împrumut (*gestiunea crizelor, purificare etnică* etc.). Inventarul actual al terminologiei politice internaționale trimite astfel, la modul ideal, la un ansamblu de concepte-martor pentru istoria formării și evoluției ideilor politice.

Într-o analiză¹¹ a **terminologiei social-politice românești** de la 1848, așa cum aceasta apare în texte apărute în stilul jurnalistic al epocii, Florica Dimitrescu consideră că aceasta are la bază trei straturi lingvistice: cel neologic, rămas până astăzi de cele mai multe ori în forma de atunci, cel alcătuit din cuvinte tradiționale, vechi și învechite, și, al treilea apărut prin intruziunea în sfera lexicală în discuție a vocabularului de sorginte religioasă.

Sfera religioasă a impus în terminologia social-politică un număr de sintagme cum ar fi *altarul libertății, patrie izbăvită, sacra noastră constituție, sfântă cauză*, frecvente și în literatura epocii, unele dintre ele supraviețuind și în lexicul politic al secolului XX.

Cuvintele tradiționale ale vocabularului politic de la 1848 sunt însă astăzi complet abandonate: *dezrobire, a răsturna (tirania), slobozenie, adunare obștească*.

Din categoria neologismelor impuse în limba română de contextul extralingvistic al schimbărilor social-politice de la 1848 fac parte termeni folosiți și astăzi (cu mici modificări de formă) în discursul politic : *aleg(ător), anarhie, antipatriotic, cauza popoului, civilizat, clasă, comitet, comunism, corporație, demisie, deputat, discordie, diplomație, emancipație, fraternitate, inegalitate, muvment (răzvrățitor), revoluție, negoțiație, patriot(ism), partid(ă), politic(ă), proclama, (idei)progresive “progresiste”, propagandă, rebel, republică, revoluționar, securitate, stindard, suveranitate, tricolor etc.*

Vocația de deschidere pentru împrumut este specifică și pentru terminologia politică românească. Dacă în a doua jumătate a secolului trecut și în prima jumătate a secolului nostru împrumuturile se făceau în cea mai mare parte din franceză și germană, astăzi, limba engleză este principala sursă pentru neologisme. [lexicul organizării politice al secolelor anterioare fiind dominat - datorită condițiilor istorice- în special de turcisme].

Această permeabilitate deosebită pentru neologisme, mai ales pentru cele de origine anglo-americană este explicabilă, în primul rând, prin importanța conceptelor în cadrul unor teorii sau modele la care trimit acești termeni (MANAGEMENT, MASS MEDIA, MARKETING POLITIC).

O altă explicație pentru faptul că limba engleză este limba cea mai folosită pe glob în comunicarea științifică, tehnică, comercială, diplomatică și mediul predilect de manifestare pentru cultura pop și pentru activitățile turistice, ar putea să o reprezinte tendința sa spre economie lingvistică și spre adecvare conceptuală.

În unele țări, rezistența la “atacul” limbii engleze este reglementată prin politici lingvistice ale căror efecte sunt greu de evaluat. Denunțată adesea ca “armă a unui imperialism cultural” engleza a înlocuit franceza ca limbă a diplomației.

¹¹ Dimitrescu, Florica, *Istoricul terminologiei politice românești*, în România Literară, nr.35, 1997, p. 15

“If you need it, you learn it”¹² ar putea fi interpretat- în cazul importurilor masive de termenii politici din engleză - “Dacă desemnează adecvat concepte, atunci termenii vor fi acceptați”.

Unii cercetători consideră că “tentația spre neologism” are, întâi, o explicație de rapiditate și de comoditate: termenul neologic are avantajul de intra de la început cu statutul de termen de specialitate, încărcat de prestigiul întregii teorii la care trimite și ale cărei concepte le desemnează, în al doilea rând, o explicație de natură psihologică: specialistul are sentimentul că posesia termenului străin este condiția informației sale exacte și complete”¹³.

Termenii noi se introduc fie sub forma împrumutului propriu-zis, fie a calcului lingvistic. Împrumutul propriu-zis cunoaște diverse etape de pătrundere și de adaptare : de la etapa de xenisme (sau de cuvinte aloglote, caracterizată prin menținerea intactă a grafiei de origine și prin marcarea grafică deosebită, cu ghilimele sau cu caractere italice) până la etapa integrării totale, cu semnele morfosintactice clare ale acestei integrări.

În situația de xenisme apar termeni foarte recenți : *feedback*, *focus*, *impeachment* etc. Pentru includerea lor morfosintactică se recurge în mod obișnuit la clasificatori, elemente morfematice legate prin cratimă, care asigură includerea neechivocă a termenului într-o anumită clasă lexico-gramaticală, dar și într-o paradigmă anumită a clasei. În cazul substantivelor, rolul clasificator revine articolului (ex. : “prin intermediul *feedback*-ului”, “rolul *impeachment*-ului ...”, “*yes man*-ii”).

Pentru a evita frecvența mare, supărătoare, de împrumuturi rebarbative, se recurge adesea la calc sintagmatic, obținut prin traducerea fiecărui element component al sintagmei (ex.: GESTIONAREA CRIZELOR, care traduce fr. *gestion des crises*, DEZVOLTARE DURABILĂ, care traduce engl. *sustainable development*).

Unele neologisme din domeniul politic suferă un proces de mobilitate semantică prin adaptarea semnificației în conformitate cu uzul internațional : DIALOG “formă de activitate lingvistică” ajunge să fie considerat ca principala modalitate de soluționare a problemelor și divergențelor interne și internaționale” și identificat cu DEMOCRAȚIA¹⁴ COMPROMIS și NEGOCIA își pierde conotația negativă¹⁵ și capătă sensuri specializate în domeniul politic, al relațiilor publice și al marketing-ului. A MANIPULA migrează dinspre domeniul tehnic spre sfera politicii, conținutul său semantic încorporând trăsătura de “antrenare, nesinceră, în acțiune a unor forțe (umane) către un obiectiv nemărturisit”¹⁶. O dată cu termenii, se împrumută și partea non-verbală a codului (care, în terminologia politică, este reprezentată în special prin simboluri numerice). Astfel, G-7 sau G-8 este o formă alfanumerică de reprezentare a conceptului “Grupul celor (mai industrializate) 7 State sau Grupul celor 8”. La baza acestui tip de împrumut stau mai multe explicații, valabile în general pentru toate terminologiile :

¹² Mc.Bee, Susanna , “*English : Out to conquer the world*”, în U.S. News & World Report, 1989, p.16.

Limba engleză s-a impus în mai multe valuri succesive, începând cu expansiunea Imperiului Britanic, urmând cu presiunea combinată a englezei și a jargonului american după sfârșitul celui de-al doilea război mondial, ajungând ca, în zilele noastre, să reprezinte “*the world’s latest lingua franca*” [p.52], mai ales în domeniul comunicării (cunoașterii). [Se estimează că circa 80% din informația stocată în computere este în limba engleză].

¹³ Pană Dindelegan, Gabriela, *Terminologia lingvistică actuală, între tradiție și inovație*, în Limbă și Literatură, nr.3-4, p.6, 1997

¹⁴ vezi Limba română, 1990, p.405-408

¹⁵ Limbă și literatură, nr. 3-4, 1997, p.8

¹⁶ Pană Dindelegan, Gabriela, *Terminologia lingvistică actuală, între tradiție și inovație*, în Limbă și Literatură, nr.3-4, p.8, 1997

a) nevoia de economie grafică și de economie a efortului de înțelegere, știut fiind că mijloacele vizuale servesc ambelor scopuri; b) o tentație spre internaționalizare a codului, același tip de notații grafice aparținând concomitent în discursuri lingvistice multinaționale; c) o tentație de individualizare a modelului utilizat, care se distinge nu numai terminologic, ci și prin expresia non-lingvistică a codului”¹⁷

În aceeași serie de împrumuturi se înscriu și **siglele**, extrem de frecvente în terminologia politică pentru a desemna nume de organizații, de acorduri, de programe inter- și multinaționale etc. Împrumutul de sigle este reprezentat în general de preluarea necalchiată a formelor originale anglo-americane : *UNCHR* (United Nations Comission on Human Rights), *UNESCO* (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization) etc., franceze : *ONU* (Organisation des Nations Unies) în concurență cu forma anglo-americană *UN* (Uniated Nations) sau forma anglo-americană *NATO* (Nord Atlantic Treaty Organization), concurentă uneori cu forma franceză *OTAN* (mai ales în stilul jurnalistic neglijent care “preia” și sigla o dată cu informația). Formele diferite ale siglelor pot crea impresia că este vorba despre două concepte diferite ceea ce poate reprezenta un obstacol în comunicare.

Alte sigle sunt reprezentate de simboluri alfanumerice *START I*, *START II* (Strategic Arms Reduction Treaty I și II), indicând, prin cifre, momentele de evoluție și/sau de modificare a conceptului desemnat.

Un caz aparte îl constituie siglele care trimit atât la un termen politic propriu-zis cât și la echivalentul său metaforic, care, de cele mai multe ori s-a impus, prin expresivitatea sa, atât în terminologia politică, cât și în limbajul jurnalistic și în limbajul comun. Astfel, *SDI* desemnează conceptul Strategic Defense Initiative, cunoscut mai ales prin termenul metaforic cu rol de intertext (titlul filmului lui George Lucas este anterior apariției conceptului, în 1983) : *Star Wars* (Războiul Stelelor).

Alte sigle nu sunt împrumuturi ci reprezintă abrevieri ale unor termeni macroeconomici (ex. PIB = produsul intern brut), abrevieri ale unor organisme (*CSAT* = Consiliul Suprem de Apărare a Țării), *SPP* (Serviciul de Protecție și Pază) etc.

3. Analiza terminologiei politice

Intrând în **analiza** propriu-zisă a terminologiei politice, se pot face următoarele **precizări**:

I. Terminologia politică reprezintă terminologia științelor politice și, în această calitate are un puternic caracter internațional. O abordare comparativă a acestei terminologii în diferite limbi pune în evidență un fond de unități lexicale aproape identice în toate limbile (reprezentate de termenii latinești și grecești) și un număr mare de termeni care se pot raporta clar la o sursă (mai ales dacă se ține cont de un ansamblu de date extralingvistice - istorice, politice, sociale, geografice, culturale).

Astfel, un număr mare de termeni sunt de origine greacă : DEMOCRAȚIE, ISEGORIE, ISENMIE, HEGEMONIE, CHARISMĂ etc.; de origine latină : STAT, REPUBLICĂ etc.; cu etimologie multiplă : POLITICĂ, combinații de termeni latinești și grecești (GERONTOCRAȚIE din lat. *geront* “bătrân” + gr. *kratos* “putere”); italiană (IREDDENTISM; VENDETTA); rusă (GLASNOST, PERESTROIKA); spaniolă (GHERILĂ, CAUDILLO, CAMARILĂ, JUNTĂ); arabă (AYATOLLAH, JIHAD), franceză (ETATISM); engleză (WATCHDOG, IMPEACHMENT, GATEKEEPER); germană (CANCELAR, REALPOLITIK), afrikaans (APARTHEID), japoneză (KAMIKAZE, SHOGUN, TYCOON) etc. Alți termeni politici a căror etimologie este “transparentă”: CLERICALISM (gr.- Kleros - ales de soartă, preoțime); BEHAVIORISM (engl. Behavior - comportament) etc. În anumite

¹⁷ Pană Dindelegan, Gabriela, *Terminologia lingvistică actuală, între tradiție și inovație*, în Limbă și Literatură, nr.3-4, 1997

condiții politico-istorice, termeni cu o anumită etimologie [ex. COMUNISM (din fr. communisme)] intră în relații de sinonimie parțială cu termeni cu altă etimologie (ex. BOLȘEVISM din rus. bolșinstvo - “majoritate”) care, sunt folosiți în sens depreciativ¹⁸. În același timp, analiza legăturilor noționale indică situarea termenului BOLȘEVISM într-o relație antonimică cu un termen de aceeași origine - MENȘEVISM (a cărui etimologie trimite la conceptul “minoritate”)

II. În limba română, cei mai mulți termeni din această categorie circulă atât în limba de origine, cât și în forme paralele, ca traduceri (ex. “WATCHDOG- câine de pază”, “GLASNOST- transparență”, PERESTROIKA – reformă etc.).

III. O analiză a terminologiei politice actuale în limba engleză pune în evidență un aspect foarte interesant - existența unui număr mare de termeni de origine și cu ortografie franceză împrumutați în etape anterioare ale evoluției terminologiei (când limba franceză juca rolul de limbă a diplomației) : *coup d'etat*, *raison d'etat* (a *raison d'etat* is something that is of vital importance to the state...), *raison d'être* (the *raison d'être* of the US military is to defend the nation)¹⁹. Definițiile lexicografice explică, mai ales, modul de integrare a termenilor în contexte.

IV. Numeroși termeni politici aparțin (cu sens identic sau cu sensuri apropiate) altor terminologii, cum ar fi cea juridică (ex. AD-INTERIM; DE FACTO; DE JURE; DE LEGE LATA; EX TUNC, HABEAS CORPUS, MANU MILITARI etc.); economică (ex. MACROECONOMIE, MICROECONOMIE etc.); militară (ex. STRATEGIE, TACTICĂ etc.), filosofie (ex. ARGUMENT, REALITATE, RAȚIONAMENT etc.) ș.a..

V. Terminologia politică este constituită din (sub)ansambluri lexicale diverse, unele extrem de specializate (și caracterizate în consecință prin univocitate, monoreferențialitate și precizie), altele eterogene, cu elemente care au o circulație mai mare în limba comună și cu sensuri marcate de ambiguitate.

Din prima categorie fac parte termeni ca RESORTISANT (termen care desemnează persoanele care sunt legate direct de un stat prin naționalitate); IMAMAT (stat musulman condus de un imam); INCIDENTA LEGII (aplicare a normelor juridice la fapte ori situații concrete); IMPEACHMENT (în SUA, acuzare formulată împotriva unui funcționar oficial în vederea judecării lui); EXTRĂDARE etc.

VI. În ceea ce privește marea majoritate a termenilor politici, respectarea condițiilor terminologice expuse mai sus este mai dificil de urmărit. **Ambiguitatea termenilor politici** se datorează în primul rând dublei apartenențe a majorității acestora, la un plan general, reprezentat de terminologia politică ca domeniu de activitate profesională (științifică, didactică, practică) și la un plan extrem de diversificat, dezvoltat, în general, pe baza conceptelor generale, care se referă la sistemele terminologice specifice unor autori, curente etc. (create prin asocieri particulare concept-termen). Într-un anumit sens, terminologia politică se formează și se îmbogățește pe baza termenilor și/sau sensurilor aparținând unor gânditori sau oameni politici. Se poate spune că terminologia politică este, folosind sintagma lui Louis Guilbert (1975) o “**terminologie -martor**”²⁰, care evocă apariția, menținerea sau chiar prestigiul pe care, succesiv sau simultan, l-au avut diverse doctrine, curente, mișcări etc. Astfel, se conturează un domeniu foarte vast care acoperă :

A. Sfera semantică a doctrinelor/orientărilor/mișcărilor politice (ex. AGRARIANISM, ANARHISM, BOLȘEVISM, MENȘEVISM; ECOLOGISM; ECONOMISM; FEMINISM; FIZIOCRATISM; FUNDAMENTALISM²¹ GLOBALISM; INTEGRISM, ISLAMISM;

¹⁸ Used in the West in a derogatory sense, Fast Times, 1998, www. site.

¹⁹ Political Dictionary, Fast Times, 1998, www. site.

²⁰ Guilbert, Louis, *La spécificité du terme scientifique et technique*, în *Langue française*, février, 1973

²¹ Observații.

LABURISM; LAICISM; LEGIONARISM; LENINISM; LIBERALISM etc). Unii termeni care desemnează tendințe politice dezvoltă sensuri derivate de la cel de bază, adesea însoțite de mărci distractive (peiorative) (ex. CLERICALISM).

Importanța acestui ansamblu lexical al terminologiei politice este deosebită, după cum arată Michel Foucault, în “Ordinea discursului”²², încercând să surprindă mecanismele prin care se realizează comunicarea acestora:

“s-ar părea că doctrinele ...tind să se propage; iar indivizii, care pot fi oricât de mulți, își definesc apartenența reciprocă tocmai prin *punerea în comun a unuia și aceluiași ansamblu de discursuri*. În aparență, singura condiție impusă este recunoașterea acelorași adevăruri și acceptarea unei reguli - mai mult sau mai puțin flexibile- de conformitate cu discursurile validate; ceea ce ar însemna că doctrinele nu ar mai fi atât de diferite de disciplinele științifice, iar controlul discursiv ar privi doar forma sau conținutul enunțului, și nu subiectul vorbitor. Or, *apartenența doctrinală pune în cauză atât enunțul cât și subiectul vorbitor, unul prin intermediul celuilalt*. Este pus în cauză subiectul vorbitor pornind de la enunț așa cum o demonstrează faptul că, de îndată ce un subiect formulează unul sau mai multe enunțuri neasimilabile, se declanșează procedurile de excludere și mecanismele de respingere; erezia și ortodoxia nu țin doar de o exagerare fanatică a mecanismelor doctrinare, ci aparțin acestora din urmă în mod fundamental. Invers, doctrina pune în cauză enunțurile pornind de la subiecții vorbitori în măsura în care orice doctrină se arată a fi semnul, manifestarea și instrumentul unei apartenențe prealabile - apartenență de clasă, de statut social sau de rasă, de naționalitate sau de interese, de luptă, de revoltă, de rezistență sau de acceptare. Doctrina efectuează o dublă aservire; a subiecților vorbitori la discursuri, și a discursurilor la grupul, cel puțin virtual, al subiecților vorbitori.”

În cazul ansamblului lexical al denumirilor doctrinelor/orientărilor/mișcărilor politice se poate remarca cu ușurință existența a ceea ce Ad Hermans numește “matrice terminogenetică”, adică un sistem specific pe care îl are la îndemână un domeniu al cunoașterii pentru a-și crea termenii.[Acest lucru ar putea constitui încă un argument pentru susținerea existenței unei terminologii specifice domeniilor științelor sociale].

I) Principalele modele de “matrice terminogenetice” în cadrul acestui ansamblu sunt :

a) *termeni formați din N+determinant (adjectiv)* : DOCTRINA ELITISTĂ, DOCTRINA NAȚIONALIST CREȘTINĂ; DOCTRINA NAȚIONALIST DEMOCRATICĂ; DOCTRINA ȚĂRĂNEASCĂ; GÂNDIRISM ORTODOX; LIBERALISM CONSERVATOR, LIBERALISM SOCIAL, LIBERALISM ANARHIC etc.

b) *N+determinant (nume propriu)*: DOCTRINA MONROE; DOCTRINA REAGAN; DOCTRINA BREJNEV etc.

c) *N+N* : MARXISM-LENINISM

II) Termeni de doctrine, mișcări, orientări etc. formați de la **numele proprii**:

- 1) termeni ca FUNDAMENTALISM, FUNDAMENTALIST circulă în limbajul politic și chiar în limba comună cu sensul de “opoziție/care se opune la adaptare/la nou”, iar legătura inițială cu trăsătura “religie” pare a se pierde; ar fi interesant de urmărit dacă termenul are o conotație negativă și în lumea islamică; de asemenea, din aceeași zonă, provin cvasisinonime ca TALIBANISM, TALIBAN.
- 2) GLOBALISM, GLOBALITATE; GLOBALIZARE, GLOBAL (și sintagme ca strategii/soluții globale;) etc. reprezintă termeni cu un succes deosebit în DISCURS POLITIC actual reflectând succesul conceptelor respective, în timp ce cvasisinonimele sale MONDIAL și PLANETAR rezistă concurenței în sintagme ca “ordine mondială”; “guvern mondial”, “la scară planetară” etc.

²² Foucault, Michel, *Ordinea discursului. Un discurs despre discurs*, [București], Ed. Eurosong & Book, 1998, p.36-37.

a) ale unor personalități politice [GAULLISM (de la numele lui Charles de Gaulle); KHOMEYNISM (de la numele Ayatolahului Khomeyni “ghidul revoluției”); MAOISM (“gândirea lui Mao”) etc.]

b) ale unor personalități istorice sau culturale; în acest caz, procedeul metonimic se axează pe reliefaarea unei trăsături tipice sau a aspectului de exemplaritate pe care îl au acțiunile, opera etc. acestei personalități (bineînțele, în condițiile unei norme culturale cunoscute și împărtășite): [FABIANISM (de la numele generalului roman Quintus Fabius Maximus care l-a învins pe Hannibal aplicând o tactică de așteptare și acțiuni de mică amploare înainte de executarea loviturii decisive); MACHIAVELISM (de la Nicolo Machiavelli, cu conotații peiorative pentru a desemna “lipsa de scrupule în politică”) etc.].

c) ale unor gânditori, cercetători, teoreticieni, analiști politici [KEYNESISM (de la numele economistului englez J. M. Keynes); MALTHUSIANISM (de la numele economistului englez Thomas Robert Malthus); MARXISM etc.]

În cazul termenului MARXISM, istoria cuvântului este destul de complicată și constituie o descriere a modului în care se naște, evoluează semantic și (a căilor prin care) se impune un termen atribuit unui concept complex în domeniul științelor politice : “Termen folosit inițial de adversarii ideilor promovate de Karl Marx în cadrul Internaționalei Comuniste. Ulterior, adepții lui Marx au folosit ei înșiși termenul, pentru a se deosebi de alte tendințe din interiorul mișcării socialiste. Karl Kautsky (1854-1938), lider al social-democrației germane, a contribuit la **impunerea termenului** prin intermediul ziarului său “Die Neue Zeit” (1838), care se autoprezentă ca singurul organ de presă socialist din Germania situat pe terenul marxismului. Friedrich Engels, colaborator apropiat al lui Marx, cu autoritatea sa **a consacrat conceptul** de marxism ” [DP, p.333]

O formă aparte de “definire” a conceptelor, specifică studiilor științifice, o reprezintă identificarea și descrierea “trăsăturilor de sens” ale conceptului, mai ales în condițiile în care acesta este implicat într-un proces de evoluție semantică. Această operație este cu atât mai necesară cu cât termenul în discuție a suferit “mutații” importante datorate, în special, situației extralingvistice.

Alte tipuri de descrieri apelează, într-o manieră similară, la descrierea “motivelor” culturale ale unei teorii (“motivul “ca cea mai simplă unitate narativă sau ultima parte nedecompozabilă a operei) : “Leszek Kolakowski ²³ distinge în structura ideatică a marxismului trei motive principale: a) *motivul romantic*, exprimat în critica societății capitaliste și în convingerea că înlăturarea acesteia ar duce la lichidarea împărțirii societății în clase; b) *motivul prometeian*, care vede în revoluția proletară “Prometeul colectiv” capabil să soluționeze toate problemele omnirii, prin modificarea raporturilor sociale; c) *motivul determinismului iluminist*, care promovează ideea existenței unor “legi istorice” în virtutea cărora dezvoltarea societății se îndreaptă spre o fază socială (comunismul) unde se înfăptuiește libertatea deplină”. [DP; p.334]

Se poate considera că acest tip de abordare - a unui concept complex, cu numeroase fațete - prin descrierea trăsăturilor de sens sau prin apel la teme, motive etc., reprezintă un efort de sistematizare a acestora, de clasificare și ierarhizare conceptuală și terminologică, în vederea unei “definirii” cât mai adecvate momentului folosirii termenului. Acest tip de abordare poate fi privit și ca o “definiție alternativă a termenului”. Acest demers rămâne însă specific unei analize științifice realizate, în cele mai multe cazuri, de pe o poziție privilegiată - cea a “distanței în timp” față de perioada în care conceptul și termenul atribuit lui se conturau și/sau intrau în diferite faze de (r)evoluție semantică.

²³ Leszek Kolakowski , *Main Current of Marxism*, 1978

Dacă ne întoarcem însă în timp, putem observa o proliferare a termenilor care desemnează concepte desemnate în așa fel încât în unitățile lingvistice respective să fie inclus termenul supraordonat. Pentru termenul MARXISM, de exemplu, în afară de faptul că "...nefiind o doctrină riguroasă, interpretarea ei a generat numeroase curente politice, școli de gândire și mișcări revoluționare spre sfârșitul secolului XIX și în tot cursul secolului XX" [DP, p.334], acesta reprezintă un termen "productiv" care intră în structura unor sintagme alături de termeni care provin, de asemenea, de la nume proprii, conform următoarelor scheme:

i) *N+N* : MARXISM-LENINISM

ii) *N+adjectiv provenit de la nume de persoană*:

MARXISM GRAMSCIAN; MARXISM TROTKIST sau

iii) *N+ termen care desemnează o școală, un curent etc.*:

MARXISMUL ȘCOLII DE LA FRANKFURT

O altă categorie importantă de termeni desemnează diferite mișcări (inter)naționale care promovează o doctrină politică. Organizarea conceptuală descrisă de acest tip de terminologie are o structură ierarhică, fiecare termen reprezentând o "actualizare" a conceptului în diferite țări/culturi ale lumii.

Astfel, pentru DEMOCRAȚIA CREȘTINĂ (termen care funcționează ca hiperonim pentru celelalte) se poate contura o structură terminologică de tip cronologic (din perspectivă diacronică) precum și un sistem actual al denumirilor - la nivelul partidelor/organizațiilor Democrației Creștine.

Perspectiva diacronică subordonează conceptului exprimat de enciclica papală *Rerum Novarum* (1891) și desemnat ulterior de termenul Democrație Creștină (apărut în 1948), următoarele denumiri de partide/organizații :

"*Acțiunea catolică*", *Partidul Popular Italian* (întemeiat de preotul Luigi Sturzo din Caltagirone- Sicilia), apoi, după cel de-al doilea război mondial, în Europa - *Mișcarea Populară Republicană* (Franța), *Partidul Democrat Creștin* (Italia), *Uniunea Creștină* (Germania) etc.; în America Latină - *Uniunea Civică* (Paraguay), *Falanga Națională* (Chile); *Partidul Social-Democrat* (Venezuela) etc.

Diversitatea denumirilor este o explicație a situației extralingvistice : "în prezent, nu există un anumit tip de partid democrat-creștin, acționând partide populiste (America Latină), partide conservatoare (Austria), partide implantate în clasele mijlocii (Franța)". DP [p. 287]

În context românesc, doctrina creștin-democrată, ale cărei "valori fundamentale sunt democrația adevărată, morala creștină, patriotismul luminat și dreptatea socială"²⁴ reprezintă o "adaptare a principiilor democrației creștine la condițiile politice, economice și sociale din țara noastră în vederea întemeierii doctrinei a activității desfășurate de *Partidul Național Țărănesc Creștin Democrat*" [DP p. 289].

Diversitatea denumirilor reflectă faptul că un anumit termen atribuit unui concept politic (cum ar fi Democrația Creștină) nu se regăsește cu necesitate în numele formelor respective de organizare politică din diferite țări și, mai mult, diferențele de evoluție istorică, de stil de guvernare ("unele sunt partide de guvernământ pragmatice, altele și-au pierdut asocierea exclusivă cu originea lor catolică" Cf. DP p.287) par a fi mai importante în selectarea denumirii decât raportarea explicită la doctrină. Astfel, partidele mișcării democrat- creștine din America Latină, (așa cum e percepută și adaptată pe plan "local") selectează intenționat pentru denumirile lor termeni din sfera coloraturii populiste : *Uniune* (prin sublinierea principiului democrat-creștin precizat de Rafael Caldera în *Specificitatea Democrației*

²⁴ Corneliu Coposu, *Alternativa de guvernare creștin democratică*, 1993

Creștine, 1987 : “principiul solidarității claselor și grupurilor sociale în cadrul unei societăți și a diferitelor societăți naționale în spațiul regional și mondial” Cf. DP p. 287), sau *Falangă* [gr. *phalanx* - formație de luptă], ca reflex al unei atitudini și perspective belicoase tradiționale în spațiul politic hispanic de pe ambele maluri ale oceanului.

La nivelul organizării pe plan internațional, Democrația Creștină înregistrează forme desemnate de denumiri ca “Uniunea Europeană Democrat Creștină” și “Organizația Democrat Creștină din America”, ambele subordonate (într-un sistem terminologic în care acționează relațiile de contiguitate parte-întreg) “Internaționalei Democrat-Creștine”.

Lexicul terminologiei politice cunoaște și o anumită mobilitate semantică, manifestată prin adăugarea la termenii de specialitate existenți de noi sensuri. “Dar, spre deosebire de lexicul comun, expus multiplicării infinite, incontrolabile a polisemiei, ca expresie a libertății lingvistice a fiecărui locutor, evoluția termenilor de specialitate este limitată și are cu totul alt specific...mobilitatea semantică a termenilor de specialitate este de tip denotativ și non-contextual”²⁵. Astfel, termeni polisemantici ca LIBERALISM desemnează “a) o filosofie politică; b) un mod de organizare a economiei; c) un sistem de valori întemeiat pe valorile individului” [DP, p.324].

O categorie aparte de termeni politici o reprezintă cea a termenilor metaforici care reprezintă formații și sensuri individuale datorate unor gânditori, oameni politici etc. Aceștia au impus o dată cu opera sau teoriile lor o anumită terminologie.

Astfel, sistemul conceptual al termenului LIBERALISM cuprinde o serie de termeni metaforici specifici teoriei lui Adam Smith, care mai sunt folosiți și astăzi în unele discursuri politice, nu numai ca referință la paternitatea/evoluția conceptului ci, mai ales, pentru expresivitatea lor în construirea unor imagini (ex. “mâna invizibilă”, statul ca “paznic de noapte” sau ca “jandarm”etc.).

Uneori, termenul metaforic acoperă atât de sugestiv o anumită situație politică, încât este folosit ca “bun comun”, fără a se mai menționa creatorul termenului (ex. CORTINA DE FIER (IRON CURTAIN) - care reda metaforic granița dintre Estul și vestul Europei după cel de-al doilea război mondial - a fost introdus în discursul politic de Winston Churchill, dar “istoria cuvântului” s-a pierdut, el devenind o expresie lingvistică uzuală).

B. Termeni care redau structura domeniului științelor politice prin

desemnarea (sub)ramurilor, (sub)domeniilor, abordărilor etc. Pe baza acestor termeni se pot realiza diferite tipuri de clasificări conceptuale în funcție de criteriul folosit pentru aceasta. Un astfel de termen poate fi considerat GEOPOLITICĂ, a cărei definiție <Studiul statelor ca fenomene spațiale și al căror comportament este motivat prin datele geografiei> a suferit, de-a lungul timpului, nuanțări și modificări ale semnificației inițiale. Semantica internă a acestui termen constituie o mărturie a direcțiilor în care a evoluat evoluția conceptului.

Evoluția ideilor determină dezvoltarea unor sensuri noi sau precizarea și rafinarea unor trăsături semantice inițiale. Este vorba de o terminologie-martor în măsura în care definiția termenului aparține unei etape din istoria evoluției conceptului (pe care o caracterizează) sau este opera unui cercetător, personalitate politică etc. care își proiectează propria viziune asupra conceptului.

Termenul GEOPOLITICĂ “a fost creat de Rudolf Kjellen în 1899, la început ca un echivalent al geografiei politice, iar ulterior pentru a denumi partea din știința politică care se ocupă de modul în care geografia determină politica unui stat”. [Inițial, era vorba de introducerea unui

²⁵ Pană Dindelegan, Gabriela, *Terminologia lingvistică actuală, între tradiție și inovație*, în *Limbă și Literatură*, nr.3-4, 1997

termen nou ca sinonim, cu avantajul scurtimii formei și al “transparentei” etimologice pentru ca, ulterior, termenul să se specializeze].

Sensurile termenului pot fi identificate în definițiile termenului din diferite perspective individuale, cu precizarea că toate noile sensuri păstrează trăsături din accepția tradițională.

Astfel,

1) <Pierre Gallois (*Geopolitique*, 1990) consideră GEOPOLITICA drept >: “ studiul raporturilor dintre conduita unei politici de putere pe plan mondial și cadrul geografic în care se exercită”

2) <Yves Lacoste (*Dictionnaire du Geopolitique*, 1993) extinde câmpul de studiu al GEOPOLITICII la >: “analiza rivalităților dintre factorii statali sau nestatali, care au o proiecție teritorială”.

3) <În opinia lui Karl Haushofer> “GEOPOLITICA furnizează argumente pentru acțiunea politică” [se remarcă accentul pus pe perspectiva justificatoare și finalistă a “spațiului vital”].

4) <În opinia cercetătorului român Ion Conea> “GEOPOLITICA nu studiază statele în parte, ci jocul politic dintre state oferind o imagine despre starea de lucruri planetară la un moment dat”

[*Geopolitica*, 1939]

5) <Anton Golopenția definește GEOPOLITICA prin formularea unor direcții de cercetare (a,b,c) și a unor condiții ale domeniului (d,e). Astfel GEOPOLITICA:

a) cercetează ce se întâmplă în statele străine din nevoia de a face față consecințelor pentru statul propriu;

b) analizează situația existentă într-o anumită țară și consecințele pe plan extern;

c) studiază potențialul statelor așa cum rezultă din sinergia unor multipli factori (teritoriu, neam, populație, economie, structura socială, mod de guvernare);

d) rezultatele cercetării servesc politicii naționale în activitatea de fundamentare a conduitei interne și externe;

e) cercetarea este continuă, întrucât rezultatele își pierd repede actualitate, fiind mereu depășite de realitate > [*Geopolitica*, 1939] [DP, p.303]. Tot Anton Golopenția este cercetătorul care propune un termen “GEOPOLITICĂ- MIT” pentru orientarea doctrinară a lui Klaus Haushofer, și, prin aceasta, o disociază de GEOPOLITICĂ (definind astfel ceea ce nu este geopolitica).

Geopolitica, dintr-o perspectivă conceptuală, reprezintă elementul care dezvoltă relații logice de tip gen-specie sau de intersecție, partitive etc. cu diverse alte concepte (desemnate prin termeni- martor ai unei viziuni științifice particulare), cum ar fi : TEORIA PUTERILOR MARITIME (A.Mahan); OPOZIȚIA PUTERILOR MARITIME ȘI PUTERILOR CONTINENTALE (N. Mackinder); GEOPOLITICA SUA (H. Spykman); GEOPOLITICA EREI NUCLEARE (Colin Gray).

Un alt termen-martor al viziunii unui cercetător [Halford Mackinder] în domeniul geopoliticii este Heartland (“regiunea pivot”) care domină “insula lumii”, “ iar cine deține insula lumii domină întreaga lume” Terminologia acestui autor se remarcă prin preferința pentru metafore sugestive a căror traducere pune probleme deoarece trebuie să respecte principiul redării sensului în limba-țintă [Cf. Ad Hermans].

Un alt termen interesant din perspectiva mobilității sale semantice este BIOPOLITICA <Abordare în cadrul științei politice care propune folosirea conceptelor și tehnicilor de cercetare biologice în studiul comportamentului politic>.

Aceste abordări plasează orientarea perspectivei asupra politicii dintr-un alt domeniu al cunoașterii și se caracterizează printr-o terminologie specifică și adecvată obiectului lor de studiu cu un caracter puternic transdisciplinar <**Comportamentul politic** este influențat într-un grad important de *aspectele genetice*, de *constituția biologică*, mai ales în asemenea manifestări cum sunt **agresivitatea**, **altruismul**, **xenofobia**, **dominarea**, **teritorialitatea**> [DP, p.273]

[termenul **xenofobie** este specializat în domeniul politic; **altruism** aparține domeniului moralei; **comportament politic** circulă atât în sfera psihologiei sociale și politice; *aspecte genetice*, și *constituție biologică* sunt clar cantonați în discursul specializat al biologiei; în timp ce termeni ca **agresivitate** , **dominare** și chiar **teritorialitate** pot fi întâlniți atât în domeniul biologiei cât și în cel al “acțiunii” politice].

O categorie asemănătoare este constituită din termeni ca DARVINISM SOCIAL, care reflectă “încalinări interdisciplinare” în fundamentarea unor orientări . Acestea constau în adoptarea, pentru domeniul politic, a unor legi și, în consecință, a unor termeni specifici altui domeniu al cunoașterii umane. O astfel de tendință, de extindere a legilor evoluției biologice dincolo de domeniul lor de aplicare, în spațiul societăților umane, a “impus”, în discursul politic, termeni ca “selecție naturală” sau “supraviețuirea celor mai dotați” care, la rândul lor, au constituit un mediu favorabil pentru apariția altor termeni atribuiți unor concepte politice (ex. “superioritate rasială”, “spațiu vital” etc.). Este interesant de remarcat că, odată pornit mecanismul de împrumut al unei terminologii dintr-un domeniu al cunoașterii (biologie) în alt domeniu la realității (cum ar fi cadrul social-politic), terminologia respectivă cunoaște pe noul teren un proces de “evoluție” dezvoltând o adevărată constelație de termeni care susțin analogia la nivel conceptual. Această proliferare terminologică din perspectiva unui domeniu poate declanșa și reacții adverse care se manifestă la nivel conceptual și terminologic. Astfel termenului “*competiție în sensul de luptă pentru existență*”, Peter Kropotkin îi opune “*cooperare socială*”, iar T.H.Huxley “în cartea *Evolution and Ethics* (1893) a avansat idei care contraziceau teoriile darwinismului social” [DP, p.286]

”Sensul” în care va fi folosit sistemul de termeni analogici depinde însă de ideologia și obiectivele care stau la baza folosirii lor în discursul politic. (De exemplu, ideologia și politica oficială a statelor fasciste au folosit argumentele “darwinismului social” prin utilizarea excesivă a unui discurs politic saturat în elementele terminologiei aferente).

C. Terminologia politică internațională reține și numeroase **formații individuale și sensuri individuale** datorate unor mari gânditori sau oameni politici. Se pot reține, pentru exemplificare, câteva din sensurile termenului STAT din a) perspectiva hegeliană : “STATUL ca rațiune în act care exprimă interesul general și constituie izvorul normelor ce reglementează viața colectivă” sau, b) “STATUL ca violență în stare concentrată” în viziunea lui Gandhi sau c) în definirea alegorică a lui Thomas Hobbes : “STATUL Leviathan” . [DP, p.308]

Formațiile personale în domeniul politic se impun adesea în terminologia (inter)națională, mai ales datorită prestigiului de care se bucură conceptul pe care îl desemnează. O metodă de acțiune politică, “*rezistența nonviolentă*” (Gandhi), devine un concept care îmbogățește, prin termenul atribuit, terminologia politică internațională (devenind un bun al teoriei politice).

Alți termeni apar ca termeni - martor ai gândirii/acțiunii politice a unei personalități prin precizările metalimbajului teoretic (cel mai frecvent lexicografic) : “*Totalitarismul* (termen pus în circulație, de fapt, de către Mussolini)” [DP, p.267]

Anumiți termeni introduși în analiza politică de o personalitate cunosc o “ carieră internațională”, succesul lor fiind dovadă a adecvării conceptuale și/sau a preciziei terminologice. Deși, de obicei, se încearcă precizarea sursei, în special, prin formule metalingvistice de tipul : “în termenii/terminologia lui...” , circulația lor frecventă face ca

adesea să fie considerați bunuri comune. Preluarea și folosirea acestora cu sau fără citarea autorului (ceea ce echivalează, în mare măsură, cu ștergerea calității de termen-martor) pare a fi un fenomen frecvent, mai ales, în discursul jurnalistic fără pretenții.

Câteva exemple :

DOMINAȚIE TOTALĂ {termen impus de Arendt, Hannah } <nazismul și stalinismul sunt sisteme de “dominație totală”, deși se folosesc de ideologii diferite >[DP,p.267]

ANIMAL POLITIC <omul este prin natură un “animal politic”> {termen formulat de Aristotel }[DP,p.268]

LEGEA INTERESULUI {termen -martor al gândirii lui Helvetius }

ATELIERE SOCIALE {termen propus de Louis Blan în cartea sa “Organizarea muncii”} etc.

și, pentru terminologia politică românească a secolului XIX :

CONFEDERAȚIE ORIENTALĂ / STATE UNITE ALE DUNĂRII {în terminologia lui Nicolae Bălcescu }< ... Bălcescu a formulat ideea unei “**confederații orientale**” sau a constituirii unor “**State Unite ale Dunării**”> [DP,p.271] sau, în secolul XX:

“POLITICA PORȚILOR DESCHISE” (în terminologia metaforică a lui Virgil Madgearu) sau,

< POLITICA ȘTIINȚĂ-NORMATIVĂ > “știința creației valorilor sociale totale, naționale, care lucrează în direcția apropierii lor de idealul etic”

< POLITICA ȘTIINȚĂ-PRACTICĂ SAU POLITICA PROPRIU-ZISĂ > “ activitate prin care are loc transformarea necesarului în posibilități și a posibilului în necesar” { perspectiva terminologică a lui Dimitrie Gusti bazată pe diferențieri conceptuale ale domeniului}.

Un fenomen interesant îl constituie, în cadrul acestei categorii de termeni, faptul că “succesul lor” antrenează reluarea acestora în sistemele teoretice ale altor gânditori, și dezvoltarea unor adevărate paradigme polemice.

Acest tip de dialog teoretic și terminologic, adesea desfășurat la mari distanțe în timp și spațiu, reprezintă poate cea mai bună dovadă de (r)evoluție conceptuală în domeniul politicii.

Ca un exemplu, formularea-martor a gândirii Stagiritului <omul este prin natură un “animal politic”> intră în polemică cu {Thomas Hobbes } <omul nu este prin natură un “animal politic”> ceea ce este redat în maniera lexicografică a dicționarelor enciclopedice prin <omul este lup pentru semenul său (“L’homme est un loup pour l’homme”)> [Petit Larousse Illustre 1991, la articolul Hobbes]

O subcategorie a acestui domeniu o formează termenii ce desemnează concepte ale unui autor, care circulă adesea în limba de origine în paralel cu traducerea lor: adesea acești termni fac parte dintr-un sistem simbolic complex, perfect articulat în jurul unor concepte:

1. {concepte specifice operei lui Aristotel } <...realizarea independenței (*autarkeia*)>

<...supunerea tuturor față de lege, de reguli (*nomos*)>

<Constituția (*politeia*) este conceptul cheie în analiza aristotelică a realităților politice>

<Constituția exprimă ordinea (*taxis*), care permite cea mai bună realizare a omului în raport cu potențialitatea sa>

<Constituția este cea care definește identitatea fiecărui stat (*polis*)...> [DP,p.268]

2. {concepte specifice operei lui Platon} <... concepția lui Platon despre “**cetatea ideală**” (*kallipolis*)>

3.{concepte specifice preocupărilor legate de sfera politicului ale Sfântului Augustin așa cum apar ele în “Cetatea lui Dumnezeu” (*De civitate Dei*)}

<...**existența socială** - *civitas*- presupune, ca o condiție de bază...>

<... Augustin distinge în analizele sale “**cetatea terestră**” (*civitas diaboli*) de “**cetatea lui Dumnezeu**”>

4. {concepte, termeni și structuri ierarhice care desemnează, într-un sistem utopic care face apel la reprezentări prin parabole, organizarea politică ; perspectiva lui Campanella, Tommaso din “Cetatea Soarelui” în interpretarea lexicografică a DP, p.277}

< ...într-o țară aflată pe o insulă imaginară...condusă de “**marele metafizician**” Hoh care dispune de o putere temporală (?) și spirituală ajutat de 3 șefi: **Puterea, Înțelepciunea și Dragostea. Solarienii** trăiesc sub **dictatura virtuții**, într-un **regim de proprietate comună** pentru a preveni manifestările de egoism>

5. {concepte, termeni care desemnează **structuri politice** adecvate statului roman sau regulile de conducere a afacerilor civile și religioase, în viziunea lui Cicero, Marcus Tullius așa cum apare ea în “*De Republica*”, respectiv în “*De legibus*”, în interpretarea lexicografică a DP, p.277}

< Cicero pledează pentru o formulă rezultată din combinația unor elemente din guvernarea monarhică (**consulii**), aristocratică (**senatul**) și democratică (**adunările cetățenilor**)>

În alte situații, se înregistrează un fenomen invers celui descris mai sus: folosirea frecventă a termenului duce la “pierderea ” paternității asupra conceptului pe care îl desemnează. O situație specială de termeni care circulă ca “bun comun” o reprezintă titlurile unor opere; acești termeni care circulă dincolo de teoria în și pentru care au fost creați, devenind bun cultural sunt adesea un efect al intertextualității (fără a se cunoaște sau cita sursa ; ex. “*Omul unidimensional*” [H. Marcuse]).

D. O categorie importantă de termeni politici, folosiți mai ales în limbajul artistic, jurnalistic, comun dar și în limbajul politic propagandistic, este reprezentată de cei care desemnează **simboluri ale unor mișcări, doctrine** etc. și sunt folosiți, adesea metonimic, pentru acestea.: *steagul verde* (pentru lumea arabă), *secera și ciocanul*, *steagul roșu* (pentru comunism), *zvastica* (pentru fascism), *drapelul negru* (“Anarhismul are ca simbol, *drapelul negru*” [Cf. DP, p.266]) etc.

E. Categoria termenilor care desemnează **moduri de analiză a domeniului politic** (ex. FUNCȚIONALISM, STRUCTURALISM; RAȚIONAMENT; PRAGMATICĂ; COMUNICARE DIGITALĂ etc.), reprezintă un ansamblu lexical care apare ca efect al migrării unor termeni între domenii diferite (politică - lingvistică- filosofie- logică etc.), migrare explicabilă în stadiul actual al analizei, prin accentuarea perspectivei formalizate de abordare, precum și de statutul de “științe-pilot” dobândit de aceste discipline, fiecare influențând terminologic și conceptual alte domenii (și, în special, pe cel politic “deschis” prin definiție influențelor de orice tip).

F. Termeni metaforici/metonimici sunt adesea folosiți pentru desemnarea partidelor politice. Termenul PARTIDE VERZI/VERZII a cunoscut o carieră internațională în anii ‘80. Acest concept pare a scăpa clasificării din perspectiva orientării în cadrul spectrului politic. Un analist al politicii germane care a impus pe scena internațională un astfel de partid, arăta că “orientarea” acestuia depinde de “natura plasării scaunelor parlamentare”(la vremea aceea reprezentate de partidele lui Helmut Kohl - Creștin Democrat și Rudolf Scharping- Social Democrat). Neputința de a identifica ideologic acest tip de partid a condus, în limbajul politic și jurnalistic, la apariția unor aprecieri metaforice stereotipe (cum ar fi : partidele ecologiste sunt ca pepenele verde - verzi pe dinafară - în titulatură - și roșii pe dinăuntru - ca ideologie, scopuri etc.)

Un exemplu interesant îl constituie termenul “A TREIA CALE” (diferită atât de stânga cât și de dreapta, cel puțin, în denumire) care s-a impus în terminologia politică românească actuală. “Termenul pare să rezolve criza de identitate conceptuală provocată de faptul că

dualitatea stânga-dreapta este tot mai frecvent contestată . Totuși, în lipsa unei clarificări conceptuale și adecvări terminologice în limbajul discursului politic, termenul are puține șanse să determine reacții importante, mai ales că “termenii de “dreapta” și “stânga” continuă în acești ultimi ani de confuzie generală, să dețină un rol important în limbajul politic. Toți cei care îi folosesc nu dau impresia că vorbesc la întâmplare deoarece se înțeleg foarte bine între ei”²⁶

G. Jargonul în limbajul politic

Jargonul poate fi reprezentat fie de cuvinte specializate, formând o terminologie pretențioasă, inutilă, obscură sau ezoterică, fie din structuri frazeologice cu înțeles vag dar pline de artificii retorice și cuvinte cu rezonanță.

Folosirea jargonului în discursul politic este uneori urmărită în mod conștient pentru a “încețoșa mesajul”. Unii autori²⁷ consideră că, poate, în dorința sinceră de a-și îndeplini mandatul, anumite instituții politice par a ignora problemele reale, “lăsându-le “îngropate” în siguranță în jargon” .

Dorința instituționalizată a unor organizații politice de a se menține și a-și extinde puterea, într-un cuvânt, de a se perpetua în spațiul politic constituie un teren fertil pentru restrângerea comunicării prin intermediul jargonului.

Deoarece obiectivele prioritare - personale sau instituționale- de menținere în spațiul politic, nu se realizează întotdeauna în mod direct și cinstit, în consecință, folosirea jargonului devine o sursă și o motivare a acțiunilor politice.

Jargonul reflectă adesea destul de precis dorința -implicită/explicită sau (sub)conștientă - de a complica sau a face obscur sensul unor probleme, de a masca și de a evita responsabilitățile. Jargonul este un instrument și, în același timp, o fațadă a iluziilor politice și un vocabular al minciunii.

Concepte generoase ca “reformă”, “privatizare” etc. pot fi, prin neînțelegere, folosire frecventă precum și prin cinismul abordării, slăbite sau chiar distruse, prin pervertirea și convertirea lor în jargon. Folosite adesea pentru că “sunt la modă” aceste cuvinte/sintagme pot deveni jargon înainte de a fi înțelese, în special, datorită vitezei și frecvenței în comunicare.

Dar limbajul complex sau tehnic poate fi folositor și necesar în comunicare datorită faptului că este precis și face distincții de sens dintre cele mai subtile. Problema este că receptarea sa restrânge aria auditoriului la un grup de inițiați (acest aspect trebuie urmărit cu atenție mai ales în campaniile electorale).

Când jargonul²⁸ științelor sociale pătrunde în limbajul comun, el permite emițătorului care îl folosește să evite responsabilitatea și să ambiguizeze semnificațiile discursului politic, prin diferite procedee cum ar fi folosirea diatezei pasive, a propozițiilor atributive și cauzale numeroase etc.

Un posibil răspuns pentru acceptarea jargonului politic de către oamenii obișnuiți ar fi faptul că aceștia doresc ca științele sociale să ofere răspunsuri pentru problemele sociale, în aceeași măsură în care științele sociale aspiră să fie științifice (din perspectiva în care sunt percepute fizica, chimia, biologia etc.).

Jargonul, în afară de faptul că plasează conceptele vehiculate într-o zonă neclară (fuzzy), reprezintă un procedeu curent de evitare a responsabilităților. Jargonul creează iluzii care se

²⁶ Noberto Bobbio - “Dreapta și stânga”, în *Dilema*, nr.333, p.1

²⁷ Kowinski, William, “Jargon, just say NO”, în *Metamorphoses*, Autumn, 1987, vol5, no3.

²⁸ *Observație*. Limbajul științific nu este jargon, el se formează în sisteme științifice coerente nu în “boardrooms or think tanks”, iar prin terminologii cu grade diferite de specializare se încearcă desemnarea unor realități, ceea ce conferă legitimitate discursului științific autentic.

pot substitui cu ușurință adevărilor și, prin aceasta, controlează percepțiile și creează o “realitate”.

Jargonul publicității și al relațiilor publice se remarcă prin folosirea obsesivă a unor sloganuri verbale și a unor asociații verbale fixe în loc de a încerca o descriere adecvată și nuanțată a realității extralingvistice.

Astfel, un guvern pacificator denumește o rachetă cu mare putere distructivă “Peace Maker”. Inexactitățile terminologice din discursul politic sunt preluate și răspândite cu generozitate de presă, ceea ce conduce în cele din urmă la a considera că “a controla imaginea devine valoarea care calcă totul în picioare” [Eventually, controlling the image becomes the overriding value].

În romanul *1984* al lui George Orwell, aparatul lui Big Brother impunea un jargon bazat pe simbolismul, forța și repetiția imaginilor, simultan cu distrugerea sistematică a cuvintelor obișnuite.

În cel mai tare sens al termenului, jargonul este un apanaj al puterii prin obiectivul său sistematic de a impune o realitate. Dar cei care folosesc un limbaj specializat riscă să se izoleze sau să fie izolați, deoarece numai prin limbaj discursul politic poate realiza un spațiu de comunicare autentic.

H. Titlul operei politice

Rândurile următoare vor încerca să schițeze felul în care titlurile operelor politice sunt “informative” asupra conținutului acestora, prin termenii care le alcătuiesc și să verifice dacă unele titluri se constituie în elemente terminologice stabile. Conceptul “titlu de carte”²⁹ a suferit numeroase transformări³⁰ în cursul istoriei sociale și culturale a umanității. Titlul cărții nu a fost privit în mod obișnuit ca un instrument de regăsire a informației. Dar, după mijlocul secolului XX, s-a constatat o tendință de creștere a “informativității titlului”, care se manifestă, în principal, în două direcții: a) o înlocuire a cuvintelor limbajului comun și a celor literare cu unități lingvistice semnificative pentru conținutul cărții, și, b) o creștere a lungimii titlurilor incluzând un mare număr de substantive. S-a constatat după examinarea ocurențelor cuvintelor din titlu că acestea sunt cel mai bine reprezentate în rezumate, în primele paragrafe, în ultimele paragrafe și în titlurile din bibliografii (citate ca referințe). Creșterea informativității titlului indică probabil o conștientizare din partea editorilor și a autorilor asupra importanței titlului pentru regăsirea informației și, implicit, pentru atractivitatea cărții (din perspectiva interesului pe care aceasta îl stârnește în rândul cititorilor).

Identificarea unei opere cu autorul ei sau cu titlul ei este în cea mai mare măsură determinată de ambianța culturală. Se apreciază că identificarea operei cu autorul ei în Grecia Antică reflectă modul democratic al acestei culturi și prețuirea înaltă de care se bucura individualitatea. În culturile orientale, care sunt mai puțin individualiste, identificarea

²⁹ vezi Shoham, Snurnith, Yitzhaki, *The impact of cultural and technological changes on titles content and their use in the process of information retrieval*, p. 43-50 în *Advances in knowledge organization*, Vol.5 (1996), Indeks Verlag, Frankfurt/Main, 1996

³⁰ Dacă în antichitate, titlul era reprezentat de cuvintele de început ale cărții, în Evul mediu prin “carte, codex etc.”, introducerea tiparului va impune folosirea foii de titlu [prima foaie de titlu este folosită de Erhard Ratdolt, de Aubsburg și Veneția pentru ediția din 1476 a calendarului său astronomic și astrologic “Johannes Regiomontanus”], iar Renașterea, în linia tradiției antice, va identifica opera cu autorul său. Conceptul de titlu evoluează în strânsă legătură cu evoluția conceptului de organizare a cunoștințelor și, în special cu impunerea conceptului de “catalog” care să pună ordine în producția din ce în ce mai mare de carte.

Abia la mijlocul secolului XX s-a argumentat că foarte multe titluri dintre cele mai frecvent folosite “opere alese”, “eseuri”, “scrisori”, “jurnale”, “memorii” etc. sunt inadecvate în biblioteconomie.

tradițională a cărții se face prin titlul său (cultura japoneză privește opera ca ceva care “există independent de autor”).

Astăzi titlul este un element foarte important al oricărei cărți sau articol în special în activitatea științifică și didactică. Funcția sa cea mai importantă este de a trezi atenția cititorului și a indica conținutul la prima vedere și deci a influența alegerea sau respingerea cărții.

Rândurile de față nu își propun o analiză de detaliu a problematicii titlului în științele politice, ci încearcă doar să surprindă câteva “teme ” caracteristice și anumite “mode” dictate, în special, de strategia comunicațională a autorului, fără a încerca o clasificare pe criterii riguroase (istorice, culturale, doctrinare etc.).

Una dintre cele mai interesante pare a fi tema CĂRȚII (văzută de cele mai multe ori ca un cod fundamental (catehism) pentru înțelegerea textului politic cuprins între copertele sale) . De la “*Cele șase cărți ale Republicii*” [Jean Bodin, *Les six livres de la République*, 1576], la *Cartea verde* Moammer al-Kadhafi, procedeul este productiv și cunoaște anumite variante, cea mai obișnuită acoperă sfera noțională a “caietului” : “*Caiete de închisoare*” [Antoni Gramsci].

O altă variantă interesantă este reprezentată de prezența diminutivului în titlu, într-un context metaforic : *Cărticica șefului de cuib* (Corneliu Zelea Codreanu), care ar putea fi interpretat ca diminutiv afectiv și nu minimalizator, într-o doctrină bazată pe “ortodoxism, condamnarea organizării liberale a societății și afirmarea colectivității naționale” [Cf. DP, p.278].

Alte titluri din vasta bibliografie a domeniului politic “informează” asupra caracterului științific al lucrării care prezintă :

- 1) **concepte politice majore, concepte universale:** “Politica”; “Republica” [Aristotel]
- 2) **teorii:** “*Teoria generală a folosirii mâinii de lucru, a dobânzii și a banilor*” [J.M. Keynes, 1936]
- 3) **teze :** “*10 teze privind marxismul de astăzi*” [Karl Korsch]; “*Tezele din Aprilie*” [Lenin, 1917]
- 4) **o inițiere în studiul unui anumit domeniu :**
 “*Introducere în principiile morale și a legislației*” [Jeremy Bentham] -tema relației dintre concepte
- 5) **tema opoziției sau a relației dintre concepte:** “*Etatism și Anarhie*” [M.A. Bakunin]; “*Democrație și Totalitarism*”(1958) ; “*Pace și război între națiuni*” (1952) [Raymond Aron]; “*Ortodoxia și etnocrația*” [Nichifor Crainic, 1940]; “*Materialism și Empiriocriticism*” [Lenin, 1908];
- 6) **tema “interdisciplinarității” :** “*Fizică și Politică*”/ *Physics and Politics* “[Herbert Spencer, 1869]; “*Evoluție și etică*”/ *Evolution and Ethics*” [T.H.Huxley, 1893];
- 7) **clarificarea și descrierea conceptelor:** “*Despre egalitate*” [neterminată, F.N. Babeuf];
- 8) **expunerea principiilor, sistemelor sau a teoriilor :** “*Sistemul de politică pozitivă*” [Auguste Comte, 1851]; “*Principii de politică aplicabile tuturor guvernelor*” [Benjamin Constant, 1806]; “*Teoria corporatismului integral și pur*” [1934, Mihail Manoilescu]
- 9) **tema inițiativă :** “*Pentru a fi socialist/ Pour etre socialiste*” [Leon Blum (1872-1950)]
- 10) **tema pragmatică :** “*Instrucțiuni pentru luarea armelor*”/ *Instruction pour une prise d’armes*, 1868 [Louis August Blanqui (1805-1881)] sau tema “**căii de urmat**” : “*Calea puterii*” [Karl Kautsky, 1909]
- 11) **tema manifestelor :** “*Manifestul egalilor*” [Babeuf, 1796]
- 12) **tema analizei critice :** “*Procesul guvernării*”/ *The process of Government*, 1908 [Arthur Bentley] ; “*Originile totalitarismului*”/ *The Origins of Totalitarianism* (1951) [Hannah Arendt]
- 13) **tema “luării de poziție” :** “*Apărarea Constituției Statelor Unite*” [John Adams, 1787]

14) tema “gândurilor”, “panseurilor” care sugerează modestie și o pretinsă nestructurare a ideilor la nivelul unui sistem : “*Gânduri despre guvernare*” / *Thoughts on government* [John Adams] etc. etc.

Un caz interesant îl constituie **titlul -definiție** : “*Imperialismul- stadiul ultim al capitalismului*” [Lenin, 1916], care apare ca o structură terminologică în care relațiile noționale sunt explicit exprimate. Astfel de titluri cunosc și o circulație deosebită ca stereotipuri și clișee lingvistice (în special în limba de lemn).

Alte titluri sunt mai puțin “informative” deoarece sunt reprezentate prin metafore specifice unor norme culturale : “*Cetatea Soarelui*” [Tomasso Campanella]; “*Cetatea lui Dumnezeu*” [Sfântul Augustin] etc.

Titlul operei/programului politic(e) poate fi interpretabil uneori din perspectiva intertextualității - ca aluzie la un tezaur cultural existent în memoria receptorului și care se realizează ca intertext sub diferite forme. Același statut îl are și titlul jurnalistic care reproduce ca intertext alte titluri cu un anumit prestigiu în lumea culturală, cum ar fi : “*Lista lui...*” (lista lui Coșea) sau “*Cronica unei morți anunțate*” Gabriel Garcia Marques.

Ca intertext-imitație parțială, “*Contractul cu România*”, “*Contractul cu bucureștenii*”, “*contractul cu Americanii*” [Newt Gingrich] reprezintă aluzii evidente la “*Contractul social*” al lui J.J. Rousseau.

4. Terminologia politică depinde de contextul cultural, istoric, social

Una dintre problemele cele mai importante ale semanticii în cadrul comunicării generale o reprezintă faptul că, în limbajul comun, nu există o compatibilitate conceptuală aparentă.³¹

Una dintre principalele caracteristici ale comunicării este că participanții la dialogul public, politicieni, ziariști, oameni obișnuiți, nu sunt în nici un fel constrânși să folosească un set specific de cuvinte. De cele mai multe ori, în comunicare, nu este nevoie nici de cuvinte. Ceea ce contează cu adevărat este realizarea cu succes a actului de comunicare [În măsura în care este vorba despre comunicare verbală, conformarea la normele gramaticale, ortografice, etc. ale limbii este obligatorie].

Aceasta înseamnă că orice termen sau orice combinație de termeni oferiți de limbaj pot apărea acum sau în viitor. Sistemul este foarte vast și fără limite. Problema pare să prezinte o importanță foarte mare în procesul comunicațional, mai ales, la nivelul compatibilității conceptuale.

În primul rând, semantica este în mare măsură determinată de factori sociali și culturali, dar cunoștințele sunt dispersate în cadrul unor comunități numeroase și foarte diferite ceea ce conduce la realizarea unor discursuri eterogene și haotice, mai ales din cauza condiționării restrictive marcate prin limbă, istorie și cultură.

Se admite că atât percepția comună asupra experienței istorice, cât și realizarea cunoașterii și reflecția socială sunt elemente care acționează împreună pentru determinarea conceptelor istorice.

Schmitz-Esser, Winfried³² exemplifică- într-un foarte interesant articol pe tema compatibilității conceptuale - palierele de semnificație actuale ale termenului “național/NATIONAL” în Germania.

³¹ Schmitz-Esser, Winfried, *Language of general communication and concept compatibility*, p.11-22 în *Compatibility and Integration of Order System*, Research Seminar Proceedings of the TIP/ISKO meeting, Warsaw, 1996

Asfel, termenul este folosit adecvat în condițiile de calificativ aplicat revoltei împotriva lui Napoleon.

În ceea ce privește folosirea sa în contexte care se referă la mișcările studențești din preajma Congresului de la Viena, termenul este acceptat dar se acordă o preferință deosebită termenului “patriotic”.

Astăzi, după cele două conflagrații mondiale purtate sub steagul naționalist, termenul “național” este evitat, fiind înlocuit de adjectivul preferat Federal. Unificarea celor două Germanii a impus un termen “la modă” - Deutsch- care tinde să înlocuiască termenul federal (dar care, am adăuga noi, readuce în prim plan numele națiunii). Termenul “federal” este determinat spațial și temporal (termenul are sensuri diferite după cum ne raportăm la Germania de dinainte de 1990 sau la Germania reunificată). Exemple numeroase pot fi date și din spațiul fostei Iugoslavii, unde schimbările politice au determinat fie apariția unor termeni noi, fie o frecvență ridicată, în special, în discursul politic și în mass media, a unor termeni altfel foarte rar folosiți (cum ar fi “kosovar”).

Tot astfel, denumirile locuitorilor Germaniei postbelice, au evoluat de la Fellow citizen (“tovarășe cetățean” - în discursul politic al lui Willie Brandt), la “locuitor/inhabitant”, sau “cetățean”. Contextul electoral impune folosirea termenului “voter/ votant” [cărui ar fi de neconceput în opinia autoarei să i te adresezi cu termenul “deutscher”].

“...și când statul (german, n.n.) așteaptă de la el/ea să fie un/o “patrio(a)t(ă) constituțional(ă)” și nu un simplu patriot - este pentru a se asigura că el/ea este -medic vorbind- în afara oricărui pericol de contaminare revizionistă”.

Dacă se pot pune în evidență numeroase discordanțe conceptuale care sunt în mod direct determinate de cursul istoriei, în același timp există și un număr mare de concepte care rămân neschimbate. Nici în acest caz nu pare a acționa o regulă universală. Ceea ce în anumite cărți mai vechi era desemnat ca *dușman/Inamic* reprezintă astăzi (pentru unele țări din Est) *aliați occidentali*.

De asemenea, se remarcă lipsa unui consens asupra definițiilor semantice a multor termeni folosiți în limbajul politic, dar și în limbajul comun : *liberalism, conservator, capital, resursă, putere, democrație, dezvoltare, umanitar* etc. Se consideră că forța acestor termeni rezidă tocmai în acest caracter “fuzzy” care face posibilă folosirea lor ca elemente firești ale jocului politic.

Adesea sensul depinde de autor. Ceea ce cuvântul “*imperialism*” înseamnă în titlul “*Literatura germană în epoca Imperialismului/German Literature in the age of imperialism*” devine clar doar dacă se știe că autorul este Georg Lucas, filosof marxist, și devine clar doar dacă se știe despre ce fel de literatură specifică unei anume epoci tratează cartea (vezi titlul operei politice). În schimb, cartea cu același titlu - “*Imperialism*” de Max Weber- abordează un cu totul altul fenomen istoric.

Uneori, sensul unui termen nu poate fi cu claritate înțeles deoarece fenomenul pe care-l desemnează este prea recent, sau nu există destule informații asupra lui (vezi “evenimente” în limba română actuală).

Pentru mișcările studențești din Germania anului 1968 s-au propus termeni ca “*Izbucnire de nemulțumire*” (Outbreak of Discontent) sau *Revoltă* sau *Revoluție* (din perspectiva a ceea ce s-a dorit să fie de către inițiatori)- și procesul de denumire a acestora constituie încă o problemă de dezbatere publică până în zilele noastre.

³² Schmitz-Esser, Winfried, *Language of general communication and concept compatibility*, p.11-22 în *Compatibility and Integration of Order System*, Research Seminar Proceedings of the TIP/ISKO meeting, Warsaw, 1996

Diferențele de perspectivă pot determina apariția a doi termeni diferiți pentru aceeași entitate extralingvistică. Astfel, în perioada Războiului Rece, “East Germany” și “German Democratic Republic” au fost folosite ca denumiri ale aceleiași entități statate. Dacă din perspectiva regimului comunist, termenul cuprindea o referire la conceptul ambiguu *democrație* trebuie menționat că acesta era folosit într-o accepție diferită (probabil, “democrație se referea la idealul egalității economice”) de definiția democrației în țările occidentale (“o formă democratică de guvernământ presupune în mod normal existența și competiția partidelor politice, alegeri libere etc”).

TERMINOLOGIA POLITICĂ DIN PERSPECTIVĂ INTERDISCIPLINARĂ³³

Științele politice se remarcă printr-un număr mai mare de termeni care apare în mai multe terminologii (vezi ANEXA 1). Perspectiva cantitativă nu trebuie interpretată strict, fiind condiționată de felul în care dicționarele înregistrează interdisciplinaritățile, de multe ori limitat sau defectuos³⁴.

1 **Științele politice** (LSP) se remarcă printr-un LSI bogat, situație la care contribuie faptul că e un domeniu dinamic, mobil și însăși delimitarea domeniului suferă diferite interpretări în funcție de perioadele istorice.

O interdisciplinaritate propriu-zisă determină termeni comuni cu **economia**: *capital, cartel, concurență, forță, putere, regim, sursă, unitate, valoare*³⁵ ș.a.

Lexicul **social-politic** împrumută (aproape cu același sens) o serie de termeni **filozofici** desemnând categorii generale: *analiză, dezvoltare, formă, idee, principiu, raport, rațiune, spirit, alienare*. În aceeași situație sunt și termenii **juridici**³⁶: *arbitraj, capacitate, coerciție, competență, confirmare, conflict, contract, convenție, disciplină, procedură, succesiune*.

Nu sunt puțini termenii din **matematică** utilizați în **științele politice** mai ales prin transfer metaforic³⁷: *centru, echidistanță, egalitate, formulă, grup, incompatibilitate, indicator, ordin, ordine, raport, regulă, valoare, unitate, variabilă*.

LSI din **științele politice** este constituit și din interferențe cu multe alte domenii, termenii putând fi preluați și prin intermediul limbii comune din: **lingvistică** (*dialog, comunicare, alternanță, actualizare*), **biologie** (*adaptare, celulă, centru, asociație*), **geografie** (*cartografiere, clivaj, resursă, geografie politică*), **fizică** (*agregare, echilibru, forță, putere, polarizare, stare*), **militărie** (*conflict, front, gardă, ordin, campanie*), **medicină** (*imunitate, incompatibilitate, apatie*), **psihologie** (*comportament, rațiune, reprezentare*), **literatură și arte** (*acțiune, actor, valoare*), **sport** (*echipă, arbitraj*), **meteorologie** (*climat*)³⁸.

Majoritatea termenilor LSI din **științele politice** antrenează interferențele numai a două domenii, ceea ce reprezintă un tip determinat de interdisciplinaritate.

³³ Analiza de față este cuprinsă în volumul *Lexic științific interdisciplinar*, alcătuit de un colectiv (Silvia Săvulescu, Alice Toma, Claudia Ene, și Alexandra Vrâncănu), coordonat de Angela Bidu-Vrâncănu, predat Editurii Universității din București (analiza terminologiei politice îi aparține Silviei Săvulescu).

³⁴ În domeniul **social-politic** considerat în ansamblul lui, termenii pot interesa cu sensul din **economie**. În sens **politic** mai restrâns, termenii se folosesc numai cu determinanți specializați (v. la 3.4) și reprezintă transferuri metaforice care stabilesc paralelisme transparente între domenii corelative.

³⁵ Atât termenii **filozofici**, cât și cei **juridici** își precizează sensul **politic** prin determinanți, păstrând însă o valoare foarte apropiată de sensul de bază.

³⁷ Sensul metaforic este apreciat prin utilizarea unor determinanți specializați (v. și la 3.4).

³⁸ În toate exemplele din această categorie, determinarea contextuală a termenilor din LSI este obligatorie (indiferent dacă transferul metaforic este vizibil sau nu).

În continuare vom urmări în ce măsură pentru termenii din LSI se stabilesc diferențe și/sau identități de sens de la o terminologie la alta, cu consecințe asupra tipurilor de interdisciplinaritate.

Analiza sensurilor LSI din **terminologia politică** arată că, în principiu, nu există nici un termen care să se utilizeze identic semantic cu alte domenii. Modificarea semantică este explicit desemnată prin utilizarea în sintagme fixe cu diferiți determinanți, dintre care adjectivul *politic* este preponderent (v. la 3.4). În această situație sunt termeni ca *alienare*, *atitudine*, *apatie*, *capital*, *analiză*, *competență* ș.a.

Transferul termenilor din diferite domenii în **terminologia politică** se face, de multe ori, prin intermediul limbii comune (de exemplu *actualizare*, *adaptare*, *asimilare* ș.a.) sau prin metaforă (*cartografiere electorală*, *climat politic*, *bloc parlamentar*, *celulă de criză*, *polarizare social-politică*, *echipă guvernamentală* ș.a.).

Utilizarea unui termen în mai multe terminologii (ceea ce duce la determinarea LSI) este, din principiu, un factor de ambiguitate semantică, care încalcă principiul univocității sensului din comunicarea științifică. Din această cauză, importanța contextului pentru LSI este remarcabilă și poate fi o modalitate de diferențiere între terminologiile investigate.

Importanța contextului pentru LSI din **terminologia politică** a rezultat din analiza sensurilor (v. la 2.4) dat fiind că sensurile specializate se exprimă numai prin sintagme specializate. Cel mai frecvent context este constituit dintr-o sintagmă nominală, în care diferite substantive se combină cu adjectivul *politic*: *capital politic*, *cartel* ~, *contract* ~, *dialog*, *decizie politică*, *acțiune* ~, *alternanță* ~, *echidistanță* ~. O frecvență mare au și sintagmele de același tip în care determinantul este adjectivul *social*: *clivaj social*, *contract* ~, *control* ~, *bază socială*, *atracție* ~, *polarizare* ~, *indicatori sociali*.

Sunt numeroase însă și sintagmele nominale fixe cu o componentă variată: *celulă de criză*, *agregare de interese*, *cartografiere electorală*, *convenție națională*, *succesiune prezidențială*, *sondaj de opinie*, ~ *electoral*, *alternanță la guvernare*.

Se poate afirma că nici un termen al LSI din **terminologia politică** nu este total liber de context și că destul de puțini termeni au o relativă libertate de combinare: *asimilare de limbă*/ ~ *de religie*/ ~ *de teritoriu*; *conferința statelor*/ ~ *organizațiilor politice*; *toleranță religioasă*/ ~ *politică*/ ~ *social-economică*; *organ de specialitate*/ ~ *de stat*/ ~ *obștesc*/ ~ *reprezentativ*.

Dependența contextuală evidentă a **terminologiei politice** din LSI (dar și în general) reprezintă o caracteristică relevantă a ei.

Marcarea apartenenței la o anumită terminologie științifică este foarte importantă pentru termenii din LSI înregistrați în dicționarele generale; marcarea ar trebui să fie explicită și să nu se limiteze la specializarea definiției. Mai ales atunci când interferențele terminologice se stabilesc prin intermediul limbii comune (ca la *câmp*, *voință*, *adresare* ș.a.) precizarea domeniului ar contribui la interpretarea și utilizarea corectă a sensului. Analiza marcării diastatice în DEX este importantă din perspectiva dezambiguizării exacte care se impune în LSI.

Sensurile și **termenii politici** nu sunt înregistrați în DEX decât în mică măsură și, de cele mai multe ori, această apartenență rezultă numai din definiție, ca la *administrație*, *asociație*, *bloc*, *centru*, *conferință*, *fracțiune*, *imunitate*, *incompatibilitate*, *ordine*, *platformă*, *regim*. Marcarea prin (soc.-pol) sau (pol.) apare cu totul izolat în DEX la *concentrarea puterilor* și la *lagăr de concentrare*. O mai bună reprezentare a terminologiei **politice** (cu sau fără relații cu celelalte domenii) se constată în DE.

Delimitarea celorlalte domenii față de sensul **social-politic** este redată cu rigurozitate la *activitate, bază, capacitate, comunicare, concentrare, dezvoltare, egalitate, formă, polarizare*.

Corpusul din LSI poate constitui obiectul mai multor analize ale *terminologiilor științifice*³⁹. Concluziile pe care le reținem aici privesc precizarea caracterului *interdisciplinar*, interpretat în sens larg la începutul cercetărilor efectuate și în alcătuirea *corpusului*. În același timp, vom încerca o caracterizare a terminologiilor investigate ținând seama de toate aspectele analizate aici (cantitatea elementelor din LSI, natura lor, comportamentul semantic, dependența contextuală, tratarea și marcarea în dicțioanele generale). Va fi posibilă astfel delimitarea *interdisciplinarităților* de simplele *interferențe* și, pe de altă parte, se poate stabili specificul fiecărei terminologii din acest punct de vedere.

Din perspectiva corelării reprezentării LSI printr-o *cantitate mai mare* de elemente cu natura lor mai mult sau mai puțin omogenă sub aspectul domeniilor de relație și cu comportamentul semantic se constată diferențe remarcabile între domeniile investigate.

Un *număr relativ mic de termeni comuni* care *își modifică sensul* reprezintă mai curând *interferențe* mai mult sau mai puțin superficiale, ocazionale. Este cazul termenilor preluați prin transfer metaforic (eventual prin intermediul limbii comune, ca la *câmp, coroană, rădăcină* ș.a.) sau al terminologiilor (cum ar fi cea **social-politică**) care se caracterizează prin “împrumuturi” din terminologii foarte diverse.

Există însă și terminologii care nu constituie aproape niciodată punctul de plecare al extinderilor, toți termenii din LSI provenind prin “împrumutul” din alte domenii. În această situație este domeniul **științelor politice** (LSP), terminologii care, prin această particularitate, alături de altele au un caracter mai aparte⁴⁰.

Determinarea contextuală a LSI poate fi și ea relevantă pentru caracterizarea terminologică. **Matematica, filozofia și lingvistica** au numeroși termeni relativ liberi contextual. Pe de altă parte, unii termeni din **matematică** și **filozofie** se utilizează în *sintagme fixe*, care nu afectează independența lor conceptual-semantică, ci desemnează subtipurile aceleiași categorii (v. la 3.2, 3.5, 3.6).

LSI din **științele politice** s-a dovedit în mare măsură sau *total dependent de context*⁴¹, ceea ce constituie, din nou, o particularitate a acestor terminologii.

Analiza LSI în *dicționarele generale* (DEX) a pus în evidență, aproape în toate cazurile, o tratare deficitară : absența mărcilor diastatice, incoerența și inconsecvența lor, valabilă și pentru domeniile concrete investigate, dar și pentru relația lor cu alte terminologii.

E mai puțin surprinzătoare absența unor mărci diastatice clare, consecvent notate pentru LSI în cazul unei terminologii cu o serie de particularități, precum **științele politice**. Dinamismul din **științele politice** poate constitui o justificare a acestei situații.

³⁹ Prima parte a articolului rezervată fiecărui termen selectat este o prezentare obiectivă a definițiilor alternative, concept important pentru perspectiva lingvistică asupra terminologiilor științifice și pentru importanța lor într-o epocă de “laicizare” a științelor. Vezi în acest sens volumul *Lexic comun, lexic specializat*, Editura Universității din București, 2000, alcătuit de un colectiv (Claudia Ene, Silvia Săvulescu, Alice Toma și Alexandra Vrâncanu), coordonat de Angela Bidu-Vrâncanu.

CAPITOLUL II

Terminologia politică și limbajul comun

Terminologia specifică domeniului politic poate fi înțeleasă ca ansamblu de cuvinte specializate aparținând unui sociolect, care se caracterizează prin univocitate și non-ambiguitate și relații lexico-semantică proprii. Analiza importanței acestei terminologii pentru grupuri socio-profesionale mai largi, mergând până în limba literară standard interesează și din perspectiva **definițiilor termenilor politici** în dicționarele generale ale limbii (mai ales pentru termenii care migrează spre limba standard - în special, din motive aparținând realității extralingvistice). Având funcția de cod semideschis între limbajul politic și limba standard, dicționarul oferă o definiție adecvată a conceptului politic în măsura în care lexicograful poate realiza o medie a informațiilor descriptiv-normative din domeniul politic. Lexicografii apreciază că definițiile lexicografice reflectă - în mod fatal- domeniul politic și ideologic, ele nu pot fi “neutre” dar tind spre aceasta într-un efort permanent de reflectare cât mai adecvată a realității⁴². Pentru îndeplinirea acestui rol de “interfață comunicațională” la nivelul cunoașterii dar și a învățării sensurilor și termenilor, dicționarele recurg cel mai adesea la procedee de “neutralizare” a sensului. Acest lucru are consecințe în modul cum se exprimă aprecierile conținutului unor teorii și concepte politice.

Redactorii celei de-a doua ediții a Dicționarului Explicativ al Limbii Române (DEX) au încercat, în 1996, să ofere o versiune “epurată” de ideologie, în special pentru termenii aparținând domeniului politic, filosofic, economic și social. Acest lucru a fost necesar în primul rând deoarece DEX reprezintă “un best-seller” al culturii române (o statistică relevă faptul că un DEX revine la 42 de locuitori ai României). “Neutralizarea” definițiilor din DEX a reprezentat trecerea pe de o parte a unor termeni în vocabularul pasiv (prin etichetarea lor cu marca diastratică “ieșit din uz” (*de ex. tovarășă -sensul de profesoară-*), sau cu *în trecut* (*de ex. asesor popular*), iar, pe de altă parte, “dezideologizarea unor definiții” (*ex. capitalism, liberalism, religie etc.*).

Deși este departe de a întruni aprecierile pozitive unanime ale specialiștilor și ale publicului larg, această a doua ediție a DEX-ului a marcat o revenire la principiile impuse de tradiția lexicografică românească și internațională și o “reparație necesară” a ceea ce Mioara Avram⁴³ a numit sugestiv “punerea la zid a lingvisticii bucureștene sau lingviștii bucureșteni și (re)presiunile regimului totalitar în obsedantul deceniu”.

Pentru a ilustra modul în care ideologia și politicul pot influența activitatea lexicografică, autoarea citează aprecieri ale celor care, în perioada comunistă, au condus această muncă :

“Considerăm că nu este admisibil ca un Dicționar al Academiei R.P.R să dea “definiții” necontrolate”

sau

“Dicționarul ...conține nu numai o sumedenie de greșeli științifice grosolane, ci și grave greșeli politice și ideologice”

sau aprecieri cantitative asupra definiției conceptului:

⁴² Rey, Alain, *Le dictionnaire*, Ed.Seuil, Paris, 1979

⁴³ Mioara, Avram, *Memorialul rușinii: lingvistica românească pusă la zid*, în Institutul de lingvistică “Iorgu Iordan, 50 de ani de existență (1949-1999), Ed. Univers Enciclopedic, București, 1999, p 66

...la cuvântul *a acționa* sunt exact 10 rânduri de manuscris...în schimb la termenul *a băga* [sunt] o sumedenie de pagini”⁴⁴

La nivel lexicografic intersează în mod special statutul **termenilor neologici**, domeniul politic având o mare permeabilitate pentru aceștia (*gestiunea crizelor, stasiologie, marketing politic, epurare etnică* etc.). Împrumuturile mai noi, în special din spațiul anglo-american, sunt o dovadă a sincronizării și a tendinței de internaționalizare a terminologiei politice.

Limba de lemn⁴⁵

*Apariția conceptului; etimologie*⁴⁶

Termenul **dubovyj jazyk** este înregistrat în limba rusă în 1935 dar originile sale se află, se pare, în limbajul secret, fix al revoluționarilor din ultima parte a sec.XIX.

Sensul “limbă de stejar”, grosolană, greoaie, fără sens politic poate fi asociat cu cel al sintagmei franțuzești **gueule de bois**.⁴⁷

Conceptul se regăsește în 1950 în limba polonă “**dretwa mowa**” cu sensul metaforic “vorbi încremenită” care încearcă să redea caracterul rigid al formulărilor epocii.

Principalele calificative atribuite limbii de lemn sunt cele care se referă la osificarea, la încremenirea⁴⁸ acestui **jargon cu aspect de limbaj specializat, oficial**.

Aspectul stereotip, mecanic, stilul greoi au condus la calificarea limbii de lemn drept limbaj de propagandă, de “intoxicare”, “Newspeak”⁴⁹.

În limba franceză, expresia “*langue de bois*” a fost folosită în comentariile privind partidul comunist francez, iar apoi a fost aplicată și regimurilor Giscard d’Estaing și Chirac.

Definiții și delimitări

Dicționarul Larousse definește termenul drept: “*Frazeologie stereotipă (legată numai de “unele partide comuniste”) ”*”.

Se poate ușor observa că din această definiție lipsesc trăsăturile esențiale ale conceptului, acest sens ilustrând doar relația de antonimie cu noțiunile sovietice *gorbaciovian, perestroika, glasnost*.

Alte definiții consideră limba de lemn fie un “ansamblu de expresii”, fie un tip de “discurs (nu limbă)”⁵⁰.

O definiție cuprinzătoare este cea care consideră limba de lemn un “**Subsistem al unei limbi**”⁵¹ care **desemnează elemente lexicale și unități frazeologice**, cu caracter de **expresii fixe, de clișee încremenite, cu sens determinat în contextul unei anumite autorități**, utilizate **stereotip-dogmatic ca exprimare a unei ideologii** (sau simulacru de subsisteme

⁴⁴ Mioara, Avram, “Memorialul rușinii: lingvistica românească pusă la zid”, în *Institutul de lingvistică “Iorgu Iordan, 50 de ani de existență (1949-1999)*, Ed. Univers Enciclopedic, București, 1999, p. 66

⁴⁵ Vezi Françoise Thom, *Limba de lemn*, Editura Humanitas, București, 1993

⁴⁶ vezi revista MOTS 1982, număr special

⁴⁷ “limbă încâlcită”, exprimare incoerentă, după “chef”

⁴⁸ fr. figée

⁴⁹ vezi G. Orwell

⁵⁰ Vezi opoziția discurs – limbă în cursul “*Analiza discursului public*”

⁵¹ Tatiana Slama-Cazacu; *Psiholingvistica. O știință a comunicării*, Editura All, București, 1999, p.577-584

Tatiana Slama-Cazacu, *Stratageme comunicționale și manipularea*, Editura Polirom, Iași, 2000

ideologice economice, tehnologice, politice, culturale etc. care dețin o putere sau o autoritate), **imitate** dar și **impuse de puterea politică** sau de grupări ori indivizi, difuzate prin **repetare și utilizare frecventă** în diverse mijloace de comunicare în masă.

Scopul folosirii limbii de lemn ar fi “anihilarea gândirii maselor receptoare care pot deveni supuse unei sugestii colective”⁵²

Intenția reală și efectul obținut în urma utilizării limbii de lemn sunt **impunerea autorității, prin secretul sau/și prestigiul codului deținut, prin cunoștințe tehnocrate și ascunderea, mascarea unei realități adesea nefavorabilă.**

Principalele caracteristici ale limbii de lemn sunt:

- abundența elementelor lexicale, a unităților cu caracter de expresii fixe, clișee încremenite, cu sens determinat în contextul unei anumite autorități;
- utilizare stereotip-dogmatică ca exprimare a unei ideologii.
- imitarea și impunerea de către puterea politică sau de grupuri de indivizi ⁵³
- **difuzarea obsesivă, repetarea frecventă** în mass media de toate tipurile (scris-audio-video);

În contextul regimului comunist, totalitar utilizarea limbii de lemn reprezintă o strategie de anihilare a gândirii receptorilor care pot fi supuși unei sugestii obiective.

Impunerea limbii de lemn ca dogmă se face prin memorare forțată, obligatorie, întărită de teamă de a nu greși, de a nu respecta linia, de a se abate de la modul de exprimare a autorității, a conducerii.

Iată câteva exemple⁵⁴:

această **demascare este o sarcină principală**

uneltirile anti-sovietice

în atmosfera de adâncă și caldă prietenie

în lumina...

dușmanul de clasă

reacționar

epurare de serviciu

ofițer deblocat

autobiografie

autocritică

democrație = “socialism, comunism”

linia partidului

cosmopolitism

împăciunitorism

colectivizare

verificare la partid

ședință

Partid fără specificare (unicitatea acestuia era redată prin majusculă)

loc de muncă

(poziție) principală

⁵² Vezi Tatiana Slama-Cazacu, *op.cit.*, p.585

⁵³ Tatiana Slama-Cazacu arată că promotorii și epigonii sistemelor ideologice nu cunosc exact conținutul semantic

⁵⁴ preluate din Tatiana Slama-Cazacu, *op.cit.*

23 August (fără an, se știa care)

documentele de partid

infra-suprastructură

realism socialist

luptă de clasă

dictatura proletariatului

reeducare

reținut (pentru cercetări)

exploatator

a lichida = “a ucide”

Limba de lemn se caracterizează printr-un ansamblu de stratageme cu un caracter constant în utilizare.

A. Stratageme ce impun selecția termenilor din anumite zone ale lexicului:

1. zona luptei, a confruntării : **a milita, forțele care se înfruntă, campanie agricolă etc.**
2. termeni din domeniul biologiei pentru ilustrarea metaforei organiciste a funcționării societății: **organism: dezvoltare, etapă, pulsează sângele etc.**
3. secvențe lexicale din zona voluntarismului: **activism, necruțător, încrâncenat, cu fermitate etc**

B. Stratageme prin care se selectează anumite moduri verbale sau calificative:

1. folosirea verbelor la imperativ susține dinamismul expresiei:

să amintim , să afirmăm, trebuie să..

2. rezerve-ocoliri impersonale: **se face, s-a făcut , niște, se pare, unii**

3. adjectivul pozitiv sau superlativ:

culmile cele mai înalte, realizările cele mai mari

C. Utilizarea frecventă și impunerea clișeeilor (în special în mass media):

deosebit de, necesitate adâncă, în lumina teoriei, profund,

D. Strategia ocolirii folosirii cuvintelor/frazelor prohibite, tabu-uri din alte perioade istorice, care a condus la o avalanșă de cuvinte, de eufemisme:

chelner/ospătar

servitoare/femeie de serviciu

E. Manipulare prin discreditarea altor sisteme politice (vezi în acest sens, definițiile termenilor **capitalism, imperialism, economie de piață** etc. în dicționarele dinainte de 1989)

F. Utilizarea unor expresii neobișnuite, noi, străine limbii (traduceri, adaptări din rusă), a unor structuri noi sau cu sens de subtext care scăpa de cele mai multe ori ⁵⁵ sau a unor cuvinte cu statut unic, fără context, inteligibile doar pentru inițiați.

G. Nominalizarea excesivă: **societate socialistă multilateral dezvoltată,**

⁵⁵ dar cu care ne-am obișnuit până la tocare

Predominarea raporturilor de coordonare: **dezvoltarea, înflorirea și propășirea patriei**

Comparații

Abuzul în folosirea hiperbolelor

Metafore

După 1989, unele forme au “supraviețuit” concomitent cu apariția altora noi.

În aceeași perioadă se constată extinderea aplicabilității conceptului atât la ideologii, altele decât cea comunistă, cât și la alte puteri –economică, financiară, comercială publicitară, mass media etc., ceea ce ar putea susține aserțiunea condorm căreia limbii de lemn nu-I scapă, în timp, nici o instituție.

Se înregistrează astfel folosirea anumitor procedee formale, lingvistice care conduc la obținerea unor efecte în comunicare (mascarea realității și manipularea)

Automatismele verbale au supraviețuit “firesc” în condițiile în care nu au dispărut (brusc) toate structurile economico-politico-sociale anterioare și persistă ca “reziduuri” de mentalități și de expresie:

Răspunde unei necesități obiective

Chestiune de interdependență dialectică între

Atitudine antagonică

Deosebit (de) cu sensul de superlativ

Sensuri contradictorii și echivoce : cifră deosebită (mare sau mică)

Rezultate deosebite

Dificultăți deosebite

Senatul cere guvernului, celorlalte instituții (omiterea copulei și pentru a părea că nu se pun pe același plan entități diverse)

Concluzii:

Limba de lemn se caracterizează prin abundența clișeelelor, frecvență mare a frazeologiilor, repetare stereotipă a anumite forme lexicale, gramaticale, fonetice, semantice, a unor adjective superlative etc. care impun un cod tehnocrat, adesea cu statut de xenism, dificil de explicat⁵⁶.

Universalitatea limbii de lemn se poate urmări în orice spațiu geografic sau sub orice regim care încearcă să impună o ideologie sau o putere de orice tip (politică, economică, financiară, mass media etc.)

Prin utilizarea și impunerea limbii de lemn se tinde la crearea unei imagini deformate a realității și se ajunge la o distorsionare a funcției de comunicare a limbajului, de care vorbitorii ar trebui să devină conștienți.

Noua “limbă de lemn” are un statut aparte deoarece beneficiază de mai multe canale de propagare și se bucură de o imitație neobligatorie (în realitate manipulată de frecvența în mijloacele de comunicare⁵⁷).

⁵⁶ ca reflex al unei tendințe de evitare sau mascare a realității prin limbă

⁵⁷Tatiana Slama-Cazacu arată că prestigiul noii limbi de lemn este impus și amplificat de mass media, în condițiile eliberării după 1989 de cadrele coercitive. Astfel, discuția politică de exemplu are o mare arie de răspândire, purtându-se în stradă, în familie, în locuri publice etc. Noua limbă de lemn este difuzată de mass media care funcționează ca un releu și un model pentru modele lingvistice.

Noua limbă de lemn este afectată în primul rând de neofilia⁵⁸ verbală ca reflex al opoziției față de vechile structuri lingvistice impuse.

Noua limbă de lemn se dezvoltă în stil baroc și este caracterizată prin prezența masivă a unor termeni tehnici (ca expresie a înfatuării tehnocratice), printr-un limbaj liber, eliberat care impune clișee (*derulare, melanjat, ins dexter competent, a surmontat*)⁵⁹ și “perle”(insiguranță, cu umbrela americană etc.)⁶⁰.

Transgresarea limitelor dintre variantele stilistico-funcționale ale limbii și dinamica sensurilor (în cazul unor termeni aparținând unor alte domenii) reprezintă tendințe frecvente în limba română actuală în cadrul cărora, termenii capătă sensuri noi prin devierea față de statutul lor semantic și contextual strict. Îmbinarea funcției de comunicare cu cea expresivă a limbii reprezintă, în mare parte, o justificare a dinamicii sensurilor⁶¹ :

Astfel, limbajul politic se îmbogățește cu:

1) termeni tehnici: *a emana, a dezamorsa*(conflicte), *a asana* (economia), *a polariza* (electoratul, societatea etc.), *a manipula* (opinia publică)

2) termeni economici: *a gestiona* (crize)

3) termeni medicali (cu sensuri noi, figurate) : *miopie* (politică), *colaps* (economic), *terapie de șoc* etc.

4) termeni polițienești (*a aflua, a deflua* etc.)

5) termeni juridici: *flagrant* (delict).

6) termeni ai științelor exacte (matematica) : <Bentham sugera realizarea unei “aritmeci politice” capabilă să găsească cea mai bună combinație de plăceri și pedepse> sau <vizionile despre viitor ale lui B.E. se întemeiază pe o tehnologie miraculoasă “non-euclidiană”, care va permite realizarea perfecțiunii umane>[DP,p.275]

sau folosirea obsesivă a termenului *algoritm politic* în legătură cu “modelul alcătuirii” coalițiilor.

(fizica) ; *spectru politic*;

7) termeni ai științelor naturii:

(ecologie) : *poluare politică* ;

(geologie) : *clivaj, falie, cutremur/seism politic*, în coaliție etc.

Termenii din sfera politicii sunt afectați, în limba română actuală, de **modificări ale raporturilor denotație/conotație** și precum și de **reorganizarea semnificației prin neutralizare**

Schimbările semantice ale raportului denotație-conotație afectează, în special, după 1989, termenii domeniului politic, social, ideologic, administrativ și jurnalistic. Așa sunt, de exemplu, *activist, bolșevic, comunism, colhoz, marxism, prelucrare, pionier* etc. sau unități frazeologice ca *economie socialistă, atitudine de clasă, dosar de cadre, gazetă de perete* și multe altele, care au dezvoltat în etapa actuală o conotație negativă în locul celei (puternic marcate) pozitiv în perioada anterioară lui 1989.

Paralel se produce “reabilitarea” conotativă a unor termeni : *capitalism, economie de piață, profit* sau a unor sintagme ca *proprietate particulară, economie de piață* etc. Preferința vorbitorilor - cel puțin într-o primă etapă - pentru sintagma *economie de piață* în defavoarea

⁵⁸ Snobism, neofilie cu orice preț, dispreț față de receptorii care nu cunosc limbi străine sau coduri tehnice, proliferarea și redundanța, în raport cu termenii existenți în limbă, a codurilor tehnocrate

⁵⁹ Tatiana Slama-Cazacu îi numește “monștri lexicali”

⁶⁰ Vezi Valeria Guțu-Romalo; *Corectitudine și greșală. Limba română de azi*; Editura Humanitas, București, 2000

⁶¹ Angela Bidu-Vrănceanu, *Lectura dicționarilor*, Editura Metropolis, 1993

formulei *conomie capitalistă* cu care a fost, până la un moment dat, perfect echivalentă, își găsește explicația în opinia unor lingviști ⁶² “în persistența conotației negative anterioare, rezultat al presiunii limbajului de lemn, a vocabulei *capitalist*, care a continuat, un timp, să intimideze pe vorbitori”.

Modificarea semantică “constând în intervertirea sensurilor apreciativ-evaluative care alcătuiesc componenta conotativă a cuvintelor” ⁶³ își găsește explicația în realitatea extralingvistică caracterizată de schimbările politice, economice și sociale ale momentului actual. Acest fenomen are un antecedent în anii '50 când se înregistra o “răsturnare conotativă asemănătoare” (care acționa însă în sens invers). “Mutația semantică actuală restabilește astfel, fie și parțial, semnificația termenilor și situația lexicală de dinainte de cel de-al doilea război mondial” ⁶⁴

⁶² Guțu Romalo, Valeria, *Nou și vechi în limba română actuală*, în *Limbă și Literatură*, nr.3-4, p.9, 1997

⁶³ Guțu Romalo, Valeria, *Nou și vechi în limba română actuală*, în *Limbă și Literatură*, nr.3-4, p.9, 1997

⁶⁴ Guțu Romalo, Valeria, *Nou și vechi în limba română actuală*, în *Limbă și Literatură*, nr.3-4, p.9, 1997

CAPITOLUL III

PUNCTE DE VEDERE ASUPRA UNOR PARTICULARITĂȚI ALE DISCURSULUI POLITIC ÎN LIMBA ROMÂNĂ ACTUALĂ

A. Nevoia de definiție Starea de incertitudine, de confuzie, de incoerență care caracterizează, în mare parte, societatea românească actuală se manifestă, în plan lingvistic, prin folosirea unor denumiri care definesc “vag” diverse concepte esențiale. Veșnica “stare de tranziție” (de la comunism la ...capitalism) sau metafore ca “*luminița de la capătul tunelului*” (specifică orizontului de așteptare în societatea românească actuală) sunt doar câteva exemple.

Un alt fenomen îl constituie proliferarea unităților lingvistice prin care se desemnează un fapt istoric real asupra definirii căruia nu s-a ajuns la un consens.

Termenul “*revoluție de catifea*” descrie, pentru toate țările central- și est-europene, cu excepția României, modalitatea prin care s-a trecut de la un regim dictatorial la o societate democratică). Metafora are rolul de a accentua modalitatea “blândă”, “soft” a schimbării regimurilor comuniste respective și se opune, în plan conceptual și lingvistic, “*revoluției sângeroase*” din România.

O analiză a discursului politic și a discursului jurnalistic aferent acestuia relevă faptul că în perioada imediat următoare “evenimentelor din 1989”, termenul “*revoluție*” înregistrează o frecvență foarte mare. Termenul este adesea contestat prin discursuri minimalizatoare (care merg până la negarea “*revoluției*”) sau care propun o altă desemnare prin termenii “*lovitură de stat/lovitură de palat*”. Unii cercetători atrag atenția asupra faptului că “diversitatea desemnărilor unui fapt istoric e de obicei conștientizată și resimțită ca un simptom al diferențelor de atitudine politică”. În această interpretare, alegerea lingvistică a uneia sau alteia dintre desemnările unui fapt istoric, politic, social ar presupune o opțiune ideologică. Cu cât ne depărtăm, pe o axă temporală, de decembrie 1989 se remarcă tendința spre o desemnare cât mai neutră și generalizatoare. În acest context, termenul “*evenimente*” (cu sau fără determinarea “*din decembrie*”) s-a impus clar în discursul politic românesc. Preferința pentru acest termen vag, neutru și cuprinzător în același timp, este o expresie a neputinței sau poate a lipsei de voință care se manifestă la nivelul societății românești în ceea ce privește definirea conceptelor fundamentale.

B. Termenul “*Evenimente*” este resimțit ca vag și de poeți (mai ales dacă au fost implicați în desfășurarea faptelor). Poate de aceea, Mircea Dinescu, încercând să le surprindă cât mai exact, apelează la formulări de o mare expresivitate care reproduc ironic, ca intertext aluziv, formula “*evenimentele din decembrie*” : “*zăpăceala din decembrie*”, “*vâjâiala din decembrie*”, “*marele dopaj din decembrie*”. [“Pamflete vesele și triste”, 1996].

“*Tranziție*” sau “*Societate în tranziție*” sunt termeni din aceeași categorie de desemnare neutră și vagă care se potrivesc perfect unei stări de incertitudine socială, politică și istorică. Unii autori consideră că “proiectul tranziției a fost construit pe ceea ce Galbraith a denumit “*ideologia simplistă*” în care “unele cuvinte și obiective- aveau valoare nu doar axiomatică, ci chiar sacrosanctă pentru schimbarea economică - *proprietate privată, liberă inițiativă, piață liberă, concurență*” sau, în sfera politicului “unde termeni ca *pluripartidism, libertate de expresie, alegeri libere, “intrare în Europa*” aveau- și mai au încă- aceeași conotație de infailibilitate ca și principiile de bază ale unei noi religii”.

Dintr-o perspectivă conceptuală, “*tranziție*” desemnează trecerea de la o realitate trăită și cunoscută (societatea comunistă) la alta, fără ca aceasta din urmă să fie clar definită- cel puțin la nivel ideologic. “*Tranziția*” induce astfel o stare de confuzie, de ambiguitate, de “provizoriu” care doar anunță existența unei “*luminițe (de) la capătul tunelului*” fără a o putea descrie sau defini.

Nevoia de clarificare a conceptelor, de definire a termenilor și de precizare a semnificației evenimentelor s-a făcut simțită și în timpul crizei din ianuarie 1999. Astfel, a fost necesară pe de o parte, *definirea unor termeni* : “acoperind vidul legislativ , Executivul a adoptat o ordonanță de urgență în care *a definit* ce este *starea de urgență* și ce este *starea de asediu*” [A : 23] și, pe de altă parte, dezambiguizarea conceptuală și lingvistică a unor situații juridice: “Președintele Constantinescu a cerut CSAT să *încadreze juridic* rebeliunea minerilor”. [A : 27]

Astfel, anumite situații de criză politică impun, periodic, în absența unei definiri de principiu inițiale, o analiză serioasă și coerentă a sensului tranziției la nivelul întregii societăți românești. Aceasta ar însemna o definire fără echivoc a reformei și a restructurării (și mai ales a cadrului social de realizare a acestora) și o încercare de conturare a orizontului spre care se îndreaptă România în ajunul anului 2000 (într-un context regional și global).

C. Expresii populare actualizate

O mare parte din expresiile populare sau familiare cu sensuri relativ stabile circulă în limba română actuală, mai ales, în stilul jurnalistic care reflectă domeniul politic.

Unele expresii se caracterizează prin recombinația cuvintelor-cheie ale expresiei populare în discursul politic “*Mâța moartă a guvernării rămâne deocamdată în curtea*” [EZ,108, 1992, 1].

“recomandările făcute nouă de către Consiliul Europei, nu trebuie **luate cu japca**, ci adaptate specificului nostru național” [RL 993, 1993,3]

“...**face valuri** internaționale” [TL 738, 1992, 1]

D. Expresii rimate

Această modalitate retorică este evitată cu grijă în discursul politic oficial din cauza aerului pueril pe care îl imprimă textului (care, pentru a fi credibil, are nevoie de o imagine de seriozitate).

Rima apare în numeroase manifestări ale (para)literaturii populare actuale mai ales sub forma unor sloganuri spontane care ar interesa analiza discursului politic numai în măsura în care ar produce grupări cu caracter stabil sau locuțiuni lexicalizate. Contextul în care apar aceste manifestări de “folclor” îl constituie, în general, momentele de criză și de confruntare între diferite forțe (cum a fost, de exemplu, “Mineriada” din ianuarie 1999). Desfășurarea unor astfel de evenimente este însoțită adesea de “creații rimate”, în general cu o mare expresivitate. Acestea au diferite funcții: de mobilizare, de confirmare a opțiunilor pentru un lider (“*Cozma, Cozma*”) sau pentru o “țintă” (“*București, București!*” [A: 5, 12]) etc. Funcționând de cele mai multe ori ca “refren”, această paraliteratură oferă perspective imagologice asupra unor personalități, stări, evenimente etc. : “*Asta-i Valea Jiului, nu Poiana Țapului*”, “*Cozma și ortacii lui, Spaima Bucureștiului*” [A: 6, 1].

În condițiile în care desfășurarea evenimentelor pune în opoziție (nu neapărat fizică), diverse grupuri, se remarcă dezvoltarea unor structuri simetrice sau “replici” : minerii: “*Lis nu uita, Capitala nu-i a ta!*”, participanții la “Marșul tăcerii” : “*Vadim nu uita -va veni și vremea ta*” sau “*Cozma arestat pentru sângele vărsat*”.

Uneori creațiile rimate au o nuanță de reproș reamintind guvernanților că termenii “contractului” nu au fost respectați :

“*V-am votat/ Ne-ați trișat*” [Rlit nr. 15, 1997, 3].

E. Sloganul electoral

Majoritatea sloganurilor electorale nu respectă, în limba română, construcția sintactică “*a-l vota pe X*” (unde *X* este un nume propriu), ci reflectă tendința de a folosi drept complement al verbului *a vota*, un nume cu sens colectiv (*Partidul X*) sau un substantiv la plural (*candidații*). Forma corectă “*a-l vota pe X*” (unde *X* este un nume propriu) este familiară și presupune prezența prepoziției “pe” și forma scurtă a pronumelui; prezența unor termeni de politețe ar reprezenta o formulă ridicolă (*Votați-l pe domnul X*) în contextul electoral care este, prin excelență, câmpul predilect de manifestare a populismului. De aceea, probabil, sloganurile electorale renunță la marca “pe” și impun forme de tipul “*Votați X*” (unde *X* este un nume propriu).

Strategia publicitară este evidentă în astfel de construcții, astfel de structuri evitând stabilirea unei relații directe între *a vota* și o persoană politică (individualizată prin nume). (Această strategie ar putea fi pusă în relație și cu ocolirea responsabilității ce ar decurge din raportarea sloganului la o persoană unică; un substantiv la plural sau unul cu sens colectiv “diluează” responsabilitățile postelectorale).

Alte mijloace rafinate de evitare a responsabilității se bazează pe strategii de transferare a referirii la actul votării în planul subînțelesului, prin evitarea îndemnului direct (“*a vota*” este omis din text dar, prin implicații, presupoziii etc., verbul poate fi reconstituit).

În alte situații, codul lingvistic se combină - la nivelul afișului electoral- cu coduri nelingvistice de tipul imaginii fotografice a candidatului sau cu semne grafice (cum ar fi semnul electoral al partidului respectiv).

O modalitate subtilă de orientare a votului o reprezintă găsirea unor formule de caracterizare a “excelenței” calităților candidatului, care să includă numele său - în mod natural- în tranșa grafică promoțională: “Omu**Liscusit**”.

În alte cazuri verbul *a vota* - folosit intransitiv- are drept complement nu o persoană, o formațiune etc. de ales, ci o expresie lingvistică de indicare a efectului acțiunii “*votează pentru tine*”.

F. Nume proprii

Numele personalităților politice au o frecvență ridicată, după cum este și firesc, în discursul politic și în cel jurnalistic, ele reprezentând “nucleele”, de la care și în jurul cărora se formează ideologii, se construiesc acțiuni, se conturează perspective.

Dacă regimurile totalitare pot impune constrângeri severe în ceea ce privește modul de folosire a unor nume (“la noi, de pildă, în textele oficiale acționa interdicția de a reduce la inițială prenumele lui Nicolae Ceaușescu”⁶⁵), în societățile democratice, presa are la îndemână numeroase posibilități de a “reda” numele actorilor politici, în funcție de atitudinea predominantă în perspectiva (partizană sau nu) asupra acestora.

Atitudini complexe, de simpatie, apreciere, antipatie, depreciere etc. sunt reflectate în presă prin folosirea unui stil familiar, informal la nivelul numelor proprii. Se remarcă, ca procedee frecvente care impun adevărate “clișee jurnalistice”, folosirea exclusivă a prenumelui [*Emil, Traian și Decebal* (Remeș)], a hipocoristicelor sale (*Milică, Nelu*) și trunchierea (afectivă) a numelor (*Stolo*⁶⁶, *Măgu*).

O particularitate a terminologiei politice românești de după 1989 o constituie frecvența mare a unităților lingvistice care conțin nume proprii ale unor personalități ale momentului.

(Procedeele cunoaște de altfel o carieră internațională : *administrația Clinton, cabinetul Jospin, planul Marshall*...sunt doar câteva exemple de productivitate a acestei tendințe lingvistice).

⁶⁵ Zafiu, Rodica, *Povestea vorbei în România literară*, nr. 51,52, 1996, p.24

⁶⁶ Vezi, de exemplu, sloganul electoral “Stolo președinte!”

Numele de persoană din aceste sintagme are rolul de determinant cu funcție de identificare a unor elemente ale vieții politice.

Astfel, prin acest procedeu se identifică fie un guvern prin numele primului ministru (*Cabinetul/guvernul Stolojan*, *Cabinetul/guvernul Ciorbea*, *Cabinetul/guvernul Văcăroiu*; *Cabinetul/guvernul Vasile*), fie o lege : “*legea Ticu*”, “*amendamentul Sălăgean*” [Expres Magazin, nr.40, 1994, 2], fie o lege și/sau obiectul/ efectul său : “*taxa Băsescu*”.

Limbajul jurnalistic a extins procedeul (care reflectă, pe plan lingvistic, tendința de reducere a flexiunii) și la “etichetarea” unei idei [“*Concept Ion Iliescu: stabilizarea macroeconomică a...*” RI, 1453,1995,1], a unui proces [“*Accelerare Văcăroiu*” RI, 1628,1995,4], a unei stări de lucruri [“*Falimentul Văcăroiu*” RI, 1031,1993, 3], a unei perioade de timp [“*...anii Văcăroiu*”, RI, 2073,1997, 9]. Determinarea prin nume propriu a unei perioade de timp poate fi interpretată drept o caracterizare depreciativă. Această tendință ironic-depreciativă este evidentă după 1989, ca un reflex al schimbării de atitudine, și în cazul sintagmei “*Epoca Ceaușescu*” (care beneficia, înainte de 1989, de interpretări laudative).

Tot ca intertext funcționează și titlul romanului “Cronica unei morți anunțate” de Gabriel Garcia Marques, frecvența obsesivă a construcțiilor aluzive de acest fel explicându-se în mare parte prin prestigiul operei care a creat “un tipar” productiv (în special pentru titlurile impuse de stilul jurnalistic).

Stilul familiar în cazul folosirii hipocoristicului “*legea Ticu*”- se combină și cu o anumită perspectivă ironică și minimalizatoare (în special în limbajul presei).

Hipocoristicul, care prezintă avantajul scurtimei, are un rol individualizator în cadrul clasei politice și este folosit, în special, pentru a-l desemna pe ocupantul funcției prezidențiale : *Milică, Nelu*.

Numele actorilor politici pot intra uneori într-un adevărat mecanism derivativ : *iliescian*, *văcăroist*, *funariot* etc., sufixele fiind adesea selectate pentru forța lor evocativă și/sau pentru posibilitatea de a forma rime.

Problematica redării numelor proprii în discursul jurnalistic se bazează, în principal, pe “evocarea nonșalantă a lumii politice contemporane ...[care] preia din oralitatea colocvială modelul desemnării prin prenume sau prin hipocoristicul acestuia”⁶⁷.

G. Clișee în discursul politic

Clișeele în limbajul mass media constau, în cele mai multe cazuri, în adaptarea facilă a unor versuri (“*a început de ieri să cadă câte-un MIG*”), a unor formule populare rimate (“*La vremuri noi, tot noi*”) etc.

Adaptarea unui tipar este o sursă și pentru apariția unor forme de infinitiv lung, în legătură, de cele mai multe ori, cu un verb corespunzător (cu conotații negative puternice). Acești termeni sunt adesea internaționali, cu o coloratură conjuncturală și descriu procese/realități asemănătoare, după tiparul morfologic curent al abstractelor verbale românești : *libanizare*, *bantustanizare* sau, mai nou, *balcanizare*.

În alte situații funcționează ca intertext titlul unei opere, intrat în limbajul comun cu conotații depreciative (Țiganiada). Sensul sufixului pare să fie resimțit ca desemnând *acțiuni îndelungate, care necesită eforturi deosebite și care se încheie cu rezultate lamentabile*. Tiparul derivativ este destul de productiv în limba română actuală (ex. *cuponiadă*, *dosariadă*, *golaniadă*).

În categoria clișeele rezultate din modificări gramaticale (cel mai adesea prin conversiune) intră și sintagma cu o frecvență mare în discursul politic românesc “program *anticriză*” (construcție cu adjectiv invariabil).

⁶⁷ Rodica Zafiu, “Povestea vorbei”, în *România literară*, nr. 51-52, 1996, p.24

Unii autori ⁶⁸ consideră drept o formă de clișeu lingvistic și *cultismele* a căror principală caracteristică ar constitui-o “nerespectarea normelor specifice, respectiv, ale limbii literare, în variantele sale funcționale, și ale limbii vorbite”. Astfel, “forme aparținând registrului îngrijit/livresc/științific apar în comunicarea curentă (chiar în cea familiară), iar enunțul are, în consecință, un caracter artificial “cult””. Se consideră că la baza acesti tip de clișeu lingvistic stă “tendința către exprimarea frumoasă, uneori chiar livrescă”. Din această perspectivă, cele mai frecvente cultisme se înregistrează la nivelul amestecurilor de stiluri funcționale, cu interferența unor elemente de stil științific/terminologii tehnice în discursul politic : *lungime de undă* “acord, potrivire”, *valență* “posibilitate, virtualitate”, *a comunica* “a spune”.

H. Clasa politică și desemnările sale

Clasa politică aflată la conducere este frecvent desemnată în limbajul politic și publicistic într-un mod global prin termenul “*putere*”. Instituții, persoane, partide etc. aflate la conducere la un moment dat sunt astfel desemnate printr-un termen adesea scris cu majuscule și articulat (*Puterea*) care se raportează la un referent unic. Deși termenul nu desemnează în mod special nici una dintre “puterile” statului (legislativă, executivă și judecătorească), el tinde să acopere mai mult sfera puterii executive (guvernul și guvernanții), partidele aflate la putere și instituția prezidențială.

Frecvența ridicată a termenului în discursul politic și jurnalistic este un indiciu al popularității sale datorate, în special, scurtimii sale (ceea ce ar verifica teza tendinței spre economie lingvistică) și faptului că acoperă o realitate extralingvistică neomogenă (președinție, guvern, partide la putere) delimitată clar în spectrul politic (pe baza “algoritmului” sau prin alte mijloace).

Termenul este folosit în construcții de tipul : “*a fi la putere*”, “*a lua puterea*”, “*a ajunge la putere* (în urma alegerilor)”.

Dintr-o perspectivă cronologică, după 1996, spectrul politic este împărțit pe de o parte, în “*noua Putere*” [RL 2027, 1996, 2], “*noua putere politică*” [RL 2029, 1996, 2], “*reprezentanții noii Puteri*” [RL 2056, 1996, 10] și, pe de altă parte, în “*fosta Putere*” [RL 2027, 1996, 2].

Deși o polarizare a clasei politice la nivelul Putere-Opoziție pare a fi evidentă, limita dintre cele două categorii este într-o continuă “redesenare”, în special, datorită “migrării” unor reprezentanți ai acestora spre alte partide sau spre “independenți”. În Parlament, “*independenții*” reprezintă o categorie care, deși nu se raportează explicit la nici unul dintre cei doi poli, prin mecanismul votului, operează în cele din urmă o alegere și se “atașează” unuia sau altuia dintre cei doi poli.

diriguitor “*diriguitorii macroeconomiei și finanțelor României*” [A 195, 1992, 5]

simbriaș “*simbriașii guvernamentali*” [RL 1244, 1994, 3].

oblăduire (care este folosit frecvent pentru ambiguitatea semantică determinată de cele două trăsături de sens “conducere” și “protecție”: ...sub *oblăduirea* legilor” [A 340, 1991, 1]

Adesea stilul jurnalistic (în special al presei scrise) recurge la arhaisme pentru a desemna pozițiile de frunte din ierarhia politică.

Termenul “*mai-marele*” (substantiv provenit de la un adjectiv la gradul comparativ) are o stabilitate remarcabilă în limba română. O perspectivă diacronică relevă, conform DRL (Dicționarul Academiei), faptul că termenul apare în această formă în primul text românesc “Scrisoarea lui Neacșu” : “Spui domnietale ca *mai marele* miu de ce am înțeles eu”.

În limba română actuală, “*mai mare/mai mari*” apare într-o serie de formule fixe ironice : “*mai marii noștri*” (pe care i-am votat sau nu, cu o nuanță de afectivitate)[RL 702, 1992, 1]; “*mai marii țării*”[RL 702, 1992, 1] (cu sens parțial sinonim cu *Puterea*); sau “*mai marii*

⁶⁸ V. Guțu Romalo, *op.cit.*, p.9

zilei”[RL 1082, 1993, 16] (sugerând și caracterul efemer al Puterii). Aspecte insolite rezultă din asocierea termenului arhaic cu nume de instituții sau organizații politice actuale : “mai marii P.D.S.R.-ului” [RL 2082, 1997, 3].

Stilul jurnalistic folosește diferite formule pentru a-i desemna pe reprezentanții clasei politice : “mai marii”, “guvernării”, “puternicii (zilei)”, “potențaii”, “Puterea”, “Opoziția” [pentru deținătorii puterii economice se folosesc termeni ca “privatizați”, “magnații”, “(noi) capitaliști”, iar autoritatea - în plan socio- cultural - este calificată, în general, drept “elită” sau “lumea bună”].

“amplorații ministeriali” [RL 1051, 1993,4]

Rodica Zafiu⁶⁹ arată că “pentru a desemna retroactiv pozițiile superioare din ierarhia regimului comunist au fost preferați termeni ca “nomenclaturist/nomenclatură”. Succesul acestor termeni se poate explica prin faptul că au cunoscut o circulație mare în analizele politice occidentale asupra fenomenului comunist și erau, și sunt încă, probabil, resimțiți ca adecvați “științific”, inclusiv la nivelul implicării emoționale (față de “ștab”, de exemplu, care era folosit mai ales ironic).

Desemnarea celor care au deținut puterea în regimul comunist se face atât prin raportare la categorii (*nomenclatură/nomenklatură*), la “instituții” (*securiști, kaghebiști*), cât și prin accentuarea ideii de “pierdere a calității de ...” (“*fost/foști*” substantivat sau “*ex*”).

În concurența dintre “*fost, -ă*” (adjectiv) și “*ex*” (element de compunere cu sensul de “*fost*”, care servește la formarea unor substantive), pare a se impune “*ex*” poate datorită scurtimii și caracterului său internațional . Se înregistrează însă și desemnări simetrice : “țări foste comuniste (socialiste)"/*ex-comuniste (socialiste)*” . “*Ex*” înregistrează o frecvență mai mare a folosirii în special în relație cu nume de state (ca reflectare a schimbărilor geopolitice a ultimilor ani) : “*Ex- Yugoslavia*” (RL 3013, 1996, 8), “spațiul *ex-iugoslav*”. “*Fost, -ă*” rezistă însă ca formă unică de desemnare pentru “*Fosta Republică Iugoslavă a Macedoniei (F.Y.R.O.M.)*”, poate și ca efect al internaționalizării termenului, nefiind exclusă nici urmărirea corespondenței, în limba română, cu literele abrevierii internaționale.

I. Depășirea limitelor literar-neliterar

Un aspect interesant în limbajul politic îl constituie **depășirea limitelor literar-neliterar**, prezența unor libertăți de limbaj, a unor elemente stilistic discordante- în special, familiare și argotice- în discursul politic (considerat ca aparținând “exprimării îngrijite”). O analiză a acestora poate releva caracterul intențional al acestora : “ca opțiune conștientă reprezintă o atitudine populistă, de captare, mai ales în scop lucrativ, a unei audiențe mai largi”⁷⁰.

O altă particularitate a sacrificării exprimării nuanțate în limbajul presei o constituie și impunerea unor modele de prezentare a opiniilor diverșilor actori politici (în special la TV), exclusiv prin forme flexionare ale verbului “a spune” [celelalte verbe “de declarație” sunt ocolite sistematic]. Prin preluarea modelelor de către alte posturi concurente (fenomenul mai poate fi considerat oare intertextualitate?) se ajunge la tipare schematice și la o uniformizare supărătoare a “modelului” de prezentare a știrilor, care pare să nu țină seama de posibilitățile reale de exprimare ale limbii române.[O statistică personală a pus în evidență peste 50 de “ocurențe” ale verbului “a spune ” într-un jurnal de 30 de minute].

Nici limbajul candidaților în cadrul întâlnirilor (pre)electorale nu se circumscrie, în cele mai multe cazuri, în limitele exprimării îngrijite. Tonul ridicat, ironic sau aluziv este însoțit, de cele mai multe ori, spre deliciul susținătorilor, de expresii familiare, formule de adresare “politicoase” ca *domnu’, domne’* etc. Limbajul acționează, de cele mai multe ori, ca un revelator al personalității candidaților și, se poate presupune că tendința spre folosirea stilului

⁶⁹ op.cit., p.6

⁷⁰ V. Guțu Romalo, “Nou și vechi în limba română actuală”, în *Limbă și literatură*, nr. 3-4, 1997, p.9

familiar, popular, argotic reprezintă - pentru unii candidați - o obișnuință comunicatională mai degrabă decât o strategie populistă.

J. Lexicul integrării europene cuprinde o serie de formații lingvistice noi care merg de la împrumut neologic (EURO) până la diverse forme de calc, în special, după modele franceze și anglo-saxone. Tendința spre creativitate lexicală este accentuată în momentul în care un eveniment al actualității politice capătă o importanță deosebită. Dacă în etapa pre- și post Madrid sau chiar pre- și postWashington, lexicul aderării sau al integrării a fost dominat de metafora “valurilor” (cu accent pe succesiunea în timp a procesului), lexicul integrării în Uniunea Europeană este mult mai variat și nuanțat.

Se remarcă preluarea și calchieră totală sau de structură a unor termeni deja încetățeniți în vocabularul Europei unite : EURODEMOCRAȚIE, EUROBAROMETRU, EUROSCEPTICI, EUROUTOPICI etc. (Cf. Lumea Magazin, nr.4, 1996, p.1), ceea ce înseamnă, cel puțin la nivel terminologic, o încercare de racordare sincronă la realitățile Europei.

K. Limbajul obișnuit

Conceptele multidimensionale sunt frecvent folosite limbajul obișnuit după cum arată popularitatea lor. Conotațiile atașate unui cuvânt, care capătă astfel simultan sensuri diferite, contribuie eficient la îmbogățirea limbajului. Prezența cuvintelor polisemantice în discursul politic reprezintă un obstacol în activitatea de analiză politică, din cel puțin trei motive:

1. Cuvintele polisemantice reprezintă un obstacol în comunicare deoarece este dificil de sesizat de sensul pe care autorul l-a avut în vedere.
2. Analiza terminologică este dificilă deoarece cuvintele respective nu au o singură dimensiune; altfel spus nu se caracterizează prin univocitate, monoreferențialitate și precizie, ci sunt, conform terminologiei americane, “fuzzy” (ceea ce echivalează cu producerea unei comunicări neclare, ambiguë).
3. Prin asocierea unor lucruri diferite sub “umbrela” unui termen unic, cuvintele polisemantice trimit, inevitabil, la toate teoriile și conceptele pe care acestea le presupun.
4. Un exemplu de concept multidimensional îl constituie “partid politic” care poate fi separat mai multe trăsături de sens componente, în funcție de perspectiva din care se analizează acestea: 1) a apartenenței 2) a “identificării simbolice” cu partidul respectiv, 3) a simpatizanților ; 3) a procesului electoral etc.

Felul în care se schimbă gradual sensul și folosirea unui cuvânt, reflectă modificarea perspectivelor asupra conceptelor pe care acesta le desemnează. Astfel, substituirea politicoasă a termenului *țări subdezvoltate* cu *țări în curs de dezvoltare* a constituit un reflex al schimbărilor de statut la nivelul Lumii a III-a (cel puțin la nivelul declarațiilor formale). Dictionarele, prin codificarea uzului cuvântului, contribuie la încetinirea procesului transformărilor semantice dar nu afectează calitatea schimbării.

Dar procesul de mobilitate semantică este foarte lent și adesea cuvintele polisemantice supraviețuiesc conceptelor pe care le desemnează. Cuvinte ca *liberal* și *conservator* sunt exemple în acest sens. În SUA, *liberal* denotă prezența activismului economic, drepturile cetățeanului, pacifism, internaționalism, în timp ce termenul *conservator* implică absența acestor trăsături. (Deși termenii au fost împrumutați din contextul european, sensul lor a fost considerabil schimbat). Dar teoriile și conceptele la care trimit acești termeni nu mai descriu adecvat tendințele pe care le desemnează termenii în prezent. Astfel, unii din cei care sunt “liberali” în ceea ce privește drepturile individului au opinii “conservatoare” în ceea ce privește problemele economice. Acest sincretism al unor trăsături ale conceptelor inițiale *liberal* și *conservator* ar trebui, probabil desemnat printr-un nou termen. Dar inerția lingvistică sau/și unele interese de mascare a identității, determină folosirea inadecvată a unor termeni.[Un caz similar îl constituie “dreapta” și “stânga”, care antrenează o “polarizare” a

electoratului. Unii analiști consideră că “Iluzia că descendența din comunism plasează forțele politice la stînga creează confuzie nu doar comentatorilor politici și alegătorilor, ci și unor cercetători. ...Ideea comună că libertatea este doar o valoare a drepte nu este justificată”. De altfel, se pare că distincția dreapta-stînga reprezintă mai degrabă o cerință metodologică a analiștilor în efortul acestora de a clasifica, descrie și explica diversitatea lumii politice și a opiniilor despre aceasta. “Conflictul dintre modernizare și conservare va fi elementul constant al disocierilor dintre stînga și dreapta...Chiar dacă ambiguă și conjuncturală, distincția s-a dovedit extraordinar de rezistentă devenind cadru de referință al dezbaterilor politice în democrațiile de tip european”]⁷¹

⁷¹ C. Pîrvulescu, “Topografie sau structură politică?”, în *Dilema*, nr.333, p.6

CAPITOLUL 4

DISCURSUL POLITIC

Motto:

“When I use a word”, Humpty Dumpty said in rather scornful tone, “it means just what I choose it to mean- neither more nor less”

“The question is”, said Alice “whether you can make words mean so many different things”

“The question is”, said Humpty Dumpty, “**which is to be a master-** that’s all” [Lewis Carroll, *Through the Looking Glass*]

Introducere

Rîndurile următoare îşi propun şi o **analiză a discursului politic** care va urmări modul de realizare a anumitor **strategii discursive**, aspecte legate de **convenționalizarea comportamentului strategic** la nivelul comunicării politice şi o descriere a strategiilor comunicative bazate pe ambiguitate, pe reglare, adaptare (reactivă) a semnificațiilor în funcție de atitudinea receptorului (figuri de stil).

Retorica discursului politic va fi analizată din perspectiva identificării unor strategii de persuasiune. Problema **stereotipului lingvistic** prezent în discursul politic va fi analizată pe baza trăsăturilor sale identificatoare, de comunicare şi caracterului cognitiv al acestuia. Se va urmări verificarea tezei ⁷² conform căreia stereotipurile lingvistice pot influența gândirea politică, dat fiind că expresiile limbajului durează mai mult decât conținutul conceptual pe care-l exprimă.

Numeroşi autori ⁷³ atrag atenția asupra importanței gândirii clare şi logice asupra evenimentelor politice şi a sistematicii raționale, atunci când examinăm idei, opinii şi argumente. Prin explorarea naturii termenilor politici se poate adesea identifica interesele ascunse pe care le reprezintă.

Termenul “discurs politic” acoperă diferite moduri în care limbajul şi datele politice pot fi folosite, de la conversațiile obișnuite la prezentări formale ale șefilor de stat şi de guverne, de la articole jurnalistice la acte şi legi ale Parlamentului, de la simple statistici în jurnale la analize complexe ale agențiilor guvernamentale.

Analiza discursului politic poate oferi soluții pentru înțelegerea problemelor, soluțiilor, costurilor şi efectelor, care conduc la succesul sau la eşecul actului politic.

Limbajul şi datele politicii pot fi, uneori, foarte greu de evaluat din cauza faptului că politica reprezintă o activitate socială marcată în cel mai înalt grad de conflicte, complexitate, ambiguitate şi partizanat. Nivelul conflictual, argumental, pasional şi emoțional tinde să se situeze la cote maxime în domeniul politic.

În societățile moderne, relațiile politice sunt foarte complexe şi adesea greu de înțeles, reprezentând relații de întrepătrundere între grupuri şi actori individuali care desfid orice analiză sau chiar simpla observare a faptelor (de la relații cauză-efect la conturarea secvențelor de evenimente de la început la sfârșit). Aceasta face ca procesul politic să fie extrem de ambiguu iar un eveniment să poată să fie interpretat în numeroase moduri (unele chiar contradictorii).

Politica este partizană iar acțiunea politică îşi are originea adesea în grupuri/indivizi care încearcă să-şi folosească poziția împotriva altor grupuri. Actorii politici încearcă să influențeze opinia publică deci, nu se poate vorbi de informații obiective.

⁷² Klaus et. al., *Die Macht der Wortes*, Berlin, 1972

⁷³ White, Louise G.; Clark, Robert P.; *Political Analysis. Technique and practice*, Brooks/Coel publishing Company, Monterey California, 1983

În fața obstacolele din calea înțelegerii fenomenului politic, oamenii obișnuiți dar și analiștii politici încearcă prin întoarcerea spre mituri, simboluri, ritualuri o soluție pentru a simplifica înțelegerea problemelor (prin intermediul argumentelor bazate pe metafore și analogii).

“Miturile și metaforele permit oamenilor să trăiască într-o lume în care cauzele sunt simple și clare iar remediile la îndemână. În locul unei lumi empirice complicate, oamenii dețin câteva mituri arhetipale relativ simple, în care inamicul conspirator și eroul salvator atotputernic sunt personaje principale. În consecință, oamenii se simt liniștiți de călăuzire, siguranță și încredere, mai degrabă decât să fie paralizați de teamă, uluire și de o nedorită responsabilitate personală în luarea deciziilor” [Murray Edelman].

Etichete politice lingvistice

Politica poate fi interpretată și din perspectiva unei instanțe care alocă anumite resurse și impune un set de valori sociale. Instituțiile politice reprezintă organisme investite de societate cu valori pe care societatea le respectă, cu evaluarea costurilor și a beneficiilor, cu stabilirea recompenselor și a pedepselor sociale. O clasificare a resurselor politice relevă distincția dintre resursele tangibile (care pot fi direct observate și măsurate - alimente, arme, bani etc. și a căror importanță derivă din experiența, observarea, practica personală) și cele intangibile (care nu pot fi direct observate și măsurate, reprezentate, în special, prin valori ca putere, libertate, naționalism, respect, demnitate, egalitate, drepturi, justiție etc.).

Importanța acestei distincții apare clar dacă se iau în considerare diferitele tipuri de simboluri necesare pentru a face referire la aceste resurse. După o definiție acceptată, simbolurile sunt elemente grafice (inclusiv cuvinte) pe care oamenii le folosesc pentru a vorbi despre (și pentru a înțelege) valori abstracte despre care nu se poate vorbi eficient fără apel la forme simbolice (de exemplu, harți, steaguri, sigilii, embleme, sigle, fotografii ale liderilor, ale evenimentelor eroice etc.).

M. Edelman observă că, în mod obișnuit, se folosesc diferite tipuri de simboluri pentru tipuri diferite de valori. [cum ar fi simboluri concrete care țin locul sau trimit la lucruri care nu pot fi observate și măsurate direct; de exemplu, “Rusia folosește *mai multe tancuri* decât SUA” în loc de : “Rusia are o *forță militară mai mare* decât SUA”].

Analiza politică trebuie să beneficieze de strategii clare pentru a face distincția dintre declarațiile politice care se bazează pe terminologii concrete sau abstracte. Argumentele abstracte sunt mult mai greu de dezaprobat decât cele concrete și adesea se recurge la folosirea lor (ca elemente emoționale ale dezbaterii politice). Bertrand Russell observa că “Pozițiile apărute cu pasiune sunt întotdeauna cele care nu au pe ce se susține”. Analiza politică este adesea blocată în fața avalanșei de cuvinte abstracte sau de declarații emoționale. Concepte politice precum *putere*, *autoritate*, *legitimitate* se sustrag sistematic unei analize (riguroase) a discursului.

Mecanisme retorice : metafore și analogii

Folosirea metaforelor (implicite sau explicite) și a analogiilor reprezintă încă un element de opacizare a discursului politic. Dacă *a influența* reprezintă rațiunea de a fi a clasei politice, folosirea acestor figuri este expresia unui limbaj care își propune intenționat mai degrabă să convingă decât să descrie o realitate.

Prin stabilirea unei legături de similaritate între două lucruri, aceste figuri de stil pot conduce audiența la presupunerea că, o dată ce un lucru familiar este inteligibil și ceea ce este nefamiliar va putea fi înțeles dacă este prezentat într-o formă adecvată. Succesul unei metafore sau a unei analogii constă atât în “prospețimea asocierii”, cât și în adecvarea la conceptul desemnat. [Istoria discursului politic reține ca metafore care au determinat succesul

acțiunii pe care au descris-o în cel de-al doilea război mondial, celebrele formulări ale lui Churchill: Italia ca “Ulcerul sângerând al lui Hitler” sau “coastele Mediteranei” / “The soft underbelly of Europe” Locul cel mai vulnerabil al Europei/pântecele moale al Europei”]. A gândi prin analogii înseamnă, în ultimă instanță, a descrie un fenomen prin referire la altul, a substitui un fenomen cu altul (prin stabilirea unei legături între ele).

Transferul imaginii prin asocieri reprezintă un mecanism prin care propaganda politică se raportează cu venerație la valori, categorii, instituții etc. respectate pentru prestigiul, autoritatea lor simbolică în scopul asocierii imaginii proprii cu acestea. Această asociere simbolică “transferă” o parte din calitățile ideale ale valorilor asupra unor programe care nu au de cele mai multe ori decât capacitatea de a conține termenii atribuiți acestor concepte. Simbolurile nelingvistice sunt larg folosite în cadrul acestei tehnici (crucea pentru creștinism, Uncle Sam pentru America, steagul pentru națiune etc.). Folosirea simbolurilor -lingvistice sau nelingvistice- constituie o tehnică eficientă în manipularea emoțională a publicului. Simbolurile sunt folosite adesea pentru a susține sau a contracara idei, programe, acțiuni etc. iar sensul lor depinde de perspectiva spectrului politic din care sunt transmise mesajele. Acești termeni cu o deosebită valoare simbolică precum *democrație*, *adevăr*, *bine*, *interes național* pot apărea în diferite texte (în Constituție de exemplu). Formulări de tipul “democrație înseamnă puterea poporului” sau “adevărul este mai presus de lege” reprezintă texte care sunt reluate (la nesfârșit) în alte texte aparținând stilului politic, jurnalistic etc. De aceea, se poate vorbi de o intertextualitate a discursului politic, în măsura în care este vorba de cele mai multe ori de “prezența efectivă a unui text în altul”[G.Genette]. Acest tip de intertextualitate pare să reprezinte mai degrabă forme ale aluziei culturale în care aceste fragmente sunt fixate în memoria publică [cum ar fi de exemplu *Mureșan scutură lanțul cu-a lui voce ruginită.../Preot deșteptării noastre*, semnelor vremii profet (Mihai Eminescu) care este o aluzie la versurile *Deșteaptă-te române* ... din poezia lui Andrei Mureșanu, *Un răsunet*, devenită imn al României, unul dintre simbolurile naționale].

METAFORA

Analizele tradiționale asupra limbajului politic au acordat o mică importanță studiului metaforelor, interpretate, de cele mai multe ori, ca ornamente retorice care reprezintă, în fond, o problemă de stil și un aspect superficial al discursului politic.

Noile perspective⁷⁴ asupra discursului politic au încercat, din contră, să supraevalueze rolul metaforei, în special, din perspectiva absolutizării observației potrivit căreia “oamenii politici își aleg imaginile din domeniile care le sunt familiare sau care îi obsedează; jucându-se cu cuvinte, ei se descoperă, se dezvăluie...” .

Metafora reprezintă o comparație implicită. Pentru a o face explicită se folosesc diferite mijloace lingvistice : “asemănător cu”, “ca” etc., fără ca prin această să i se afecteze sensul. Studiul discursului unui actor politic trebuie să stabilească un “inventar ” al metaforelor folosite pentru a evidenția un sistem mai mult sau mai puțin organizat sau mai mult sau mai puțin stabil de imagini. Astfel, analiza metaforelor dintr-un discurs poate demonstra o preferință a omului politic pentru unul sau mai multe domenii (care țin de registre diverse cum ar fi cel militar, religios etc. sau care selectează cu predilecție elemente cosmice, ale naturii etc.). Registrele care se plasează în prim- planul imagistic se conturează ca un domeniu coerent al discursului, atât ca importanță cantitativă, cât și ca bogăție a semnificațiilor și complexitate a asociațiilor. Uneori se pun în evidență registre banale dar revelatorii pentru concepția omului politic despre acțiune și autoritate.

⁷⁴ Dominique Labbé, “Les métaphores du général de Gaulle”, în *Mots*, no.43, 1995,p. 51-61

În concluzie, o metaforă nu poate fi considerată izolat, ea trebuie integrată și interpretată în sistemul din care face parte. O analiză sistematică a imaginilor folosite de un om politic dezvăluie o rețea semnificativă de teme, motive, asociații stabile etc.

Pornind de la constatarea faptului că discursul politic abundă în metafore, retorica clasică propune trei explicații posibile ale fenomenului:

1) Imaginile servesc la “a deghiza conceptele negative, ideile agresive, dezagreabile, triste sau care contravin modestiei”⁷⁵, deci, sunt folosite pentru disimularea propriilor concepții politice.

2) Metafora poate suplini lipsurile lexicului, dacă limbile nu au destule cuvinte pentru a exprima bogăția ideilor, conceptelor, sentimentelor etc. Imaginile reprezintă deci o necesitate a comunicării și o sursă a creativității lexicale.

3) Dintr-o anumită perspectivă, retorica este considerată un element esențial al limbajului și al gândirii. Metaforele ar reprezenta deci, o manieră de a gândi analogic, un mijloc de cunoaștere pe care îl utilizăm constant și care face apel atât la imaginație cât și la rațiune (interpretare echivalentă cu considerarea metaforei epistemologice în discursul științific).

Etichete și stereotipuri

Politicienii folosesc deseori metafore, analogii, asemănări referitoare la sfera semantică a amenințării (ca dezastre naturale, războaie), ceea ce constituie un exemplu de folosirea “dramatică” a limbajului în politică. Mai puțin dramatică dar cu mai mare impact este însă folosirea etichetelor, stereotipurilor și a altor simboluri în discursul politic (cu scopul de a influența acțiunea politică). Unul dintre cele mai rezistente mecanisme simbolice folosite de-a lungul timpului l-a constituit simbolul limitei teritoriale (frontiere internaționale sau elemente topografice care separă culturi au fost frecvent folosite în confruntări - armate sau economice). (Râmâne de văzut ce importanță va mai avea acest tip de simbol milenar în cadrul Europei unite).

Alte simboluri se concentrează pe caracteristici transmise din generație în generație în cadre culturale, care pot fi sociale (limbă, religie, etnicitate) sau genetice (culoarea pieii, statură, rasă). Un alt grup de simboluri se referă la anumite grupuri sociale (muncitori, țărani, industriași etc.)

Elitele politice recurg adesea în discursul politic la simboluri pentru a influența politicile publice. Separarea umanității pe criterii etnice, teritoriale, de clasă, contribuie la (re)distribuirea valorilor. Adesea, simbolurile sunt alese pentru a compensa psihologic lipsa resurselor tangibile. Etichetele de grup constituie factori determinanți pentru conturarea deciziei politice. Aceste simboluri de grup reprezintă ceea ce Charles Eliott numea “confidence mechanisms” (mecanismele încrederii)- orice practică socială care permite distribuirea inegală a resurselor într-un mod discriminatoriu, dar o face într-un mod în care pierzătorii sunt convinși că sistemul este în esență drept și că au pierdut doar din cauza propriilor defecte.⁷⁶

Un alt grup de etichete este cel care poate fi responsabil, în mare măsură, de instigarea la violență între diferite grupuri. Termeni ca *fascist*, *nigger*, *rom etc.*, par a fi etichete lingvistice care implică în sfera semantică a termenilor respectivi conotații mai ales la nivelul trăsăturii “±uman”.

Cuvintele maschează realitatea

⁷⁵ Dumarsais, *Des tropes ou des differents sens*, (1730), Paris, Flammarion, 1988, p.77

⁷⁶ Mecanismul se bazează pe exploatarea în discursul politic a succesului unui număr mic minoritari promovați de societate, ceea ce contribuie decisiv la abaterea atenției membrilor unei minorități frustrate. Discriminarea pozitivă - atât în discursul politic cât și în practică- reprezintă fenomenul complementar.

Este interesant de urmărit în discursul politic felul în care limbajul influențează deciziile politice, amortește simțurile, deghizează intenții și maschează costurile alegerilor politice etc. În eseu "Politica și limba engleză/ Politics and the English Language", George Orwell observă felul în care *clișeele și jargonul* repetate mecanic în discursul politic ascund adevărul și contribuie la "poleirea" ideilor celor mai comune. Prin folosirea unor fraze cu textură bogată - ritm, simetrie, cadență etc. - dar sărace, aride în semnificații, oamenii politici pot masca natura sau impactul deciziilor neplăcute și al acțiunilor politice dure. Prin folosirea frazelor lipsite de semnificație pentru a descrie diverse probleme, actorii politici caută, de fapt, să împiedice procesele raționale care analizează, clarifică, evaluează. Folosirea excesivă a limbajului figurat în discursul politic face dificilă analiza textelor. "Ceea ce audiența nu poate înțelege, analistul politic⁷⁷ nu poate studia (dar merită să încerce, cel puțin pentru a surprinde repetabilitatea unor fenomene lingvistice și a contura o "grilă de interpretare" a acestora).

Propaganda. Tehnici speciale. Concepte universale

Motto : "*all that glitters is not gold*"

Concepte universale care alcătuiesc un univers al valorilor pozitive, adânc înrădăcinate, în special prin norme socio-culturale, în conștiința oamenilor sunt frecvent folosite în discursul politic. Acest univers ideatic își are corespondența în categoria termenilor ce desemnează abstracte de tipul *civilizație, creștinism, bine, drept, democrație, patriotism, știință, medicină, sănătate, maternitate, dragoste* etc. Cuvinte cu o încărcătură simbolică exemplară - deoarece exprimă concepte pentru care se trăiește, se luptă sau se moare. Cuvinte care stârnesc interesul audienței prin încărcătura lor semantică întotdeauna vie, sugestivă, expresivă, emoțională. Acești termeni a căror sferă semantică acoperă nivelul superlativului moral sunt adesea folosiți în propagandă în special pentru polisemantismul lor și pentru posibilitatea lor de integrare în contexte extrem de diferite. Receptarea necritică a acestora de către audiență este un reflex al "scăderii rezistenței" în fața mesajelor construite pe edificiul acestor termeni. Strategiile propagandistice constau în folosirea acestor cuvinte pentru a determina aprobarea fără rezerve și fără examinare a evidențelor. Aceste cuvinte sunt folosite adesea ca scut pentru mascarea adevăratelor intenții ale oamenilor politici sau ale programelor lor. Receptarea necritică a mesajelor propagandistice se bazează în special pe formarea unor convingeri extrem de solide în jurul acestor concepte, în familie, în școală sau prin religie. De aceea, un discurs politic axat pe enunțarea acestor termeni va fi receptat din perspectiva semnificațiilor/definițiilor pe care ni le-am format despre aceste concepte aparținând unei ordini ideale. Nu este mai puțin adevărat că un discurs politic nu poate evita apelul la aceste valori.⁷⁸

⁷⁷ Phillips W., Shively, *The craft of political research*, second edition, Prentice -Hall, Inc. New Jersey, 1980

⁷⁸ Dar, analiza critică a unui discurs politic presupune (așa cum se arată în recomandările făcute de Institute For Propaganda Analysis, 1938, redate de Aaron Delwiche, în *Propaganda Techniques : Word Games* Web site), aflarea structurii de adâncime a acestuia pe baza următoarelor întrebări :

- Ce înseamnă într-adevăr acest "cuvânt virtuos" ("Virtue word")? [cu alte cuvinte, avem de-a face cu problema definirii neutre a termenului, lăsând la o parte încărcătura sa simbolică și folosirea sa drept clișeu]
- Ideea enunțată are o legătură legitimă cu sensul adevărat al cuvântului? [dintr-o perspectivă terminologică, această întrebare constituie încercarea de stabilire a locului conceptului enunțat în sistemul căruia îi aparține]
- Oare nu încearcă oamenii politici să ne "vândă" propriile idei și programe prin simpla folosire a unor denumiri pentru care avem o considerație deosebită? [strategii propagandistice de evitare a suspiciunii și de scădere a rezistenței publicului țintă al unui discurs politic prin folosirea cuvintelor cu efect "garantat" dintr-o perspectivă stimulent cunoscut-răspuns dorit]

2. Eufemisme

“Procedeu lexical constând din atenuarea expresiei unei idei prin substituie sau perifrază; în retorică, figură de gândire bazată pe acest procedeu...eufemismul apare : a) pentru evitarea unor expresii triviale, crude sau impudice...; b) în evitarea unor expresii insultătoare sau care ar putea fi interpretate astfel; c) în tabù-urile sociale sau religioase, uneori cu valoare onomastică... Ca figură, eufemismul este de cele mai multe ori utilizat ca rezultat al unui tabù, care duce la construcții metaforice ori simbolice.”⁷⁹

O strategie discursivă destul de frecvent folosită în discursul politic al propagandei constă în folosirea eufemismelor în scopul liniștirii publicului sau al “cosmetizării” unor fapte, evenimente etc. neplăcute. Anumite schimbări de perspectivă asupra unor concepte sau instituții atrag după sine modificări terminologice care tind spre semnificații neutre.

Astfel, Ministerele de Război se transformă în Minister ale Apărării (prin actualizarea unei componente a războiului care reprezintă, cel puțin la nivelul intențiilor, politica guvernelor în domeniu). Tendința spre neutralizarea conotației negative a războiului este și un reflex al căderii în desuetudine a războiului clasic (neinformațional), deși evenimentele recente din Iugoslavia par a infirma acest lucru. Francoise Thom susținea în “Limba de lemn” că aceeași realitate poate fi descrisă semantic, în funcție de ideologia care o promovează, în moduri diferite : “a cunoaște spațiul extraterestru” implica, în perioada divizării lumii în două blocuri militare, două fațete conceptuale - “a explora spațiul cosmic” (tendință spre neutralitate lingvistică pentru americani) și “a cuceri spațiul cosmic” pentru sovietici (ca expresie a unei ideologii “războinice”).

Datorită conotațiilor negative ce însoțesc “războiul” pe plan terminologic se manifestă o tendință de “mascare” a evenimentelor din această sferă prin diferite eufemisme, care duc la construcții metaforice ori simbolice. “Deconectarea” de la realitățile neplăcute se realizează printr-o terminologie complexă, care cunoaște diferite realizări sinonimice. Aaron Delwiche descrie evoluția termenului “*traumă provocată de război*” în acest secol, care, fără să sufere o revoluție conceptuală a primit diferite desemnări, de la “*șoc cauzat de explozie (shell shock)*” în timpul primului război mondial, la “*oboseală provocată de luptă (combat fatigue)*” în cel de-a doua conflagrație mondială și, până la “*afecțiune datorată stressului posttraumatic (post-traumatic stress disorder)*” în timpul Războiului din Vietnam. Ultimul termen apare ca rezultat al unui tabù deoarece în structura sa nu se mai regăsește nici un element evocator al războiului.

Folosirea eufemismelor cu valoare onomastică poate reflecta uneori cinismul prost disimulat al unui guvern pacifcător care dă nume o rachetă cu mare putere distructivă “Peace keeper”. Tot în categoria eufemismelor onomastice intră și desemnările “afective” ale bombelor nucleare din al doilea război mondial - “Little Boy” și “Fat Boy”. Inexactitățile terminologice din discursul politic sunt preluate și răspândite cu generozitate de presă, ceea ce conduce în cele din urmă la a considera că “a controla imaginea devine valoarea care calcă totul în picioare”. Schimbarea perspectivelor presupune existența unor pseudosinonime a căror aplicabilitate ține seama de contextul extralingvistic și de intențiile de comunicare adecvate acestuia. Astfel, în context de război, “*pierderi civile*” este înlocuit cu “*pagube colaterale*” care aparține jargonului juridic-militar și, în consecință, are avantajul de a fi mai “opac”.

-Care este meritul unei idei sau a unui program politic dacă termenii care descriu valori “supreme” sunt înlăturați din discurs? [doar o îndepărtare sistematică a acestor termeni (un “depouillement du texte” mai special) poate oferi analizei date despre felul în care este structurat un discurs politic. Acest procedeu pune în evidență centrele de semnificație ale discursului politic, care adesea sunt reprezentate doar de acești termeni iar, după eliminarea lor, discursul politic nu mai se “susține” prin nimic altceva în urma analizei.

⁷⁹ Vezi DSL

CAPITOLUL V

NEGAȚIA ÎN POLITICĂ

DSL definește **negația** astfel :

“Termen recent, rar utilizat în lingvistica românească pentru a desemna :

1. Unul dintre termenii dicotomici ai statutului de bază al propoziției. Astfel, o propoziție este mai întâi negativă sau afirmativă; ulterior e pot opera și alte clasificări, propoziția fiind una enunțiativă, interogativă, exclamativă etc. [...]

2. Procedeele gramaticale ale refuzului. Constatarea diversității acestor procedee a precedat conceptualizarea lor în sfera negației: ele au fost identificate în realizări concrete manifeste la nivelul morfologiei și al sintaxei românești și recunoscute treptat printre componentele diferitelor clase: pronume negativ, propoziție negativă etc. În procesul de analiză descriptivă a negației, a apărut ca element specific limbii române dubla negație. Dacă în celelalte limbi romanice se respectă, ca și în latină, regula logică: două negații au ca efect o afirmație, în limba română dubla negație are o valoare specială, aceea de accentuare a negării [...].”

În cele ce urmează se va încerca o descriere a modalităților prin care se exprimă negația - ca act de expresie politică specific a căruia funcționare și ale căruia efecte se pot identifica în discursul politic.

Unii autori⁸⁰ consideră că nu se poate imagina un discurs politic care să nu fie fondat într-un fel sau altul pe o expresie a negației :

“ De când politicul a fost conceput și s-a realizat nu ca o împlinire a unei voințe transcendente sau ca o impunere a unei ordini superioare, ci ca voință de emancipare colectivă și confruntare organizată de interese sociale contradictorii, [domeniul politic] a trebuit cu necesitate să poarte în sine această mișcare de negare și să o exprime prin forme [lingvistice] specifice” .

Negația poate fi considerată ca act care se exprimă în forme lingvistice (scurte : *nu*, *nici...nici*, *nimic* ...), în mecanisme discursive complexe (respingeri, obiecții, contradicții etc.), prin comportamente (gesturi) sau chiar prin tăcere.

Negația poate fi analizată cel puțin în trei direcții :

- 1) ca modalitate logică care inversează valorile de adevăr ale enunțurilor
- 2) ca sistem semantico-sintactic; sau,
- 3) poate fi abordată în funcție de modurile discursive complexe în care apare.

Negația poate fi considerată ca o folosire a discursului politic contra altor discursuri politice (indiferent de nivelul de la care acestea sunt rostite - om politic, guvern, stat etc.).

Apariția unui “nu” în discursul unui om politic poate constitui un element de definire a acestuia (prin enunțarea a ceea ce el “nu” este) sau de identificare a acțiunilor, proiectelor sale (ce “nu” face, ce “nu” va face etc.).

În acest context, negația în discursul politic nu poate fi identificată cu o formă de nihilism (= atitudine, tendință, concepție au manifestare care neagă rânduilele, instituțiile, morala, tradițiile culturale existente într-o societate dată, fără să le opună, în schimb altele; atitudine de negare absolută), deoarece ea poartă în sine un conținut pozitiv.

Negația are, în multe cazuri, rolul de forță motrice a dezbaterilor care imprimă dinamism discursului politic în cadrul căruia reprezintă o modalitate a realizării confruntării dintre

⁸⁰ Achard, P., Croll, A., Fialla, P., *Presentation. Voix du refus, uages politiques de la negation.*

reprezentanții clasei politice și o expresie a contradicției dintre opinii, sisteme de gândre, programe electorale etc.

O tipologie, din perspectiva conținutului și a finalității negației, distinge următoarele forme de realizare a acesteia:

- 1) negația descriptivă (care servește la reprezentarea unei stări de lucruri, fără ca emițătorul să prezinte discursul său ca opunându-se unui discurs advers);
- 2) negația polemică al cărei obiectiv este de contracara o opinie (prin realizarea unui sistem de opoziții). Pentru O. Ducrot⁸¹, valoarea principală a negației ar fi cea polemică, celelalte valori fiind de ordin secund (derivate). Din această perspectivă, el vede în orice enunț negativ posibilitatea de a se referi la o enunțare exterioară locutorului. “Cea mai mare parte a enunțurilor negative face ca enunțarea lor să pară o confruntare a două atitudini antagoniste, una, pozitivă, atribuită emițătorului E₁, cealaltă, care este un refuz al primei, atribuită lui E₂”. Negația apare astfel ca o punere în scenă care organizează spațiul discursiv prin repartizarea rolurilor între doi parteneri situați pe poziții antagoniste. Această viziune - de situație conflictuală - caracterizează plastic cadrul în care se desfășoară în general orice discurs politic. Psihologia omului politic reflectă înclinarea “naturală” a acestuia spre tensiune și neliniște iar esența discursului politic rezidă, simultan, în argumentarea în favoarea ideilor proprii și respingerea opiniilor adversarului.
- 3) Negația metalingvistică reprezintă o variantă a negației polemice, prin intermediul căreia contracararea unei opinii se realizează la nivelul termenilor în care aceasta a fost formulată.

Negația în discursul politic electoral

Perioada electorală constituie terenul predilect de manifestare a conflictelor, disputelor, tensiunilor în cadrul relațiilor politice ale unui regim democratic.

Credibilitatea unui candidat se construiește pe baza unei relații speciale a acestuia cu electoratul, în cadrul unui “joc simbolic-imaginar ” care se manifestă la nivelul discursului politic electoral.

Discursul politic electoral se cristalizează, în general, în jurul unor nuclee tematice la nivelul valorilor etice, politice, ideologice și religioase. În acest context, negația, prin formele sale lingvistice, determină anumite constrângeri tematice și discursive în cadrul discursului politic, permițând formularea explicită a unor judecăți negative, refuzuri referențiale însoțite, cel mai adesea, de repingerea unor poziții politico-ideologice.

În discursul politic electoral, negația exprimă imposibilitatea unor fapte ca o formă de indignare:

“Nimeni nu poate să ...”

“Nu este posibil de a ...”

“Este absurd ca...”

“Nu ne putem juca cu sentimentele poporului”

În cadrul discursului politic, apărarea unor poziții politico-ideologice sau a unor puncte din program se face adesea indirect, prin construcții care asociază refuzul absolut (“nimeni nu poate”; “nu este posibil”; “este absurd”; “nu se poate” etc.) cu fapte inacceptabile din punct de vedere moral :“a face asta cauzează prejudicii”, “a se juca cu sentimentele/încrederea/ etc. poporului”.

⁸¹ O. Ducrot, *Le dire et le dit*, Paris, Minuit, 1984, p.216-217

O formă aparte de negație o reprezintă negația exceptivă prin care se exprimă de fapt un conținut pozitiv întărit prin dubla negație : “**nu** putem să ne gândim că, **fără** a...”

Contextul electoral crează un context favorabil pentru reafirmarea valorilor morale, iar invocarea valorilor creștine în cadrul polemicilor între candidați reprezintă o strategie des folosită.

Așa cum afirma Orlandi ⁸² : “Dintr-o perspectivă discursivă, spunem că discursul moralei creștine este elementul fondator al discursului social”.

Astfel, în cadrul unei campanii electorale discursul politic se identifică în mare măsură pe un discurs social fondat pe etica creștină, ceea ce apare, în plan lingvistic, ca o manifestare a refuzului faptelor inacceptabile din punct de vedere moral.

Refuzul în discursul politic se manifestă atât prin forme lingvistice, cât și prin absența cuvintelor (refuzul de a răspunde la diferite solicitări).

Refuzul reprezintă un act secundar care apare ca reacție la un act inițiator al unui partener în comunicare. Acest act inițiator poate îmbrăca diferite forme- invitație, ofertă, cerere, solicitare, rugămintă, ordin etc. În general, refuzul este însoțit de anumiți reglatori psiho-sociali care au rolul de a atenua efectul ofensator: argumente, formule de politete, scuze, justificări, elemente frazeologice care tind să minimalizeze brutalitatea sau să o mascheze (prin acte indirecte în care refuzul nu este formulat ca atare). Mai rar, în discursul politic, se întâlnește refuzul brutal exprimat prin “nu”.

Un aspect interesant îl constituie reflectarea în presă a refuzului în cadrul domeniului politic. Dacă nu luăm în considerare formele explicite de manifestare a refuzului în discursul politic, se poate aprecia că presa reflectă actele și comportamentele din domeniul politic printr-o gamă largă de construcții lingvistice sub forma unor texte care tind să “edifice” acțiunea politică ca un ansamblu de unități de discurs.

“Partidul X *se opune*”

“Partidul *refuză* orice acord ”

În acest fel, în mass media, acțiunile, comportamentele, discursurile politice sunt “traduse” (mai mult sau mai puțin exact) prin anumite forme lingvistice care, prin forma lor “economică” simplifică și etichetează comunicările și negocierile din viața politică reală.

Refuzul în discursul politic poate reprezenta un element de polarizare a spațiului politic, conducând la stabilirea unor opoziții între actori, programe, acțiuni.

Presa care reflectă faptele politice tinde să instituie o coerență narativă a acțiunilor care se articulează adesea în jurul unor noduri polemice după logica corespondenței acțiune-contraacțiune.

Principalele formule care reflectă acte de refuz în presă sunt : *a renunța, a condamna, a refuza/accepta, a nu se încrede*. În alte situații, refuzul poate fi interpretat ca act de rezistență (*refuzul morții, refuzul mizeriei, refuzul sacrificiului*) sau ca inițiator al unei acțiuni (*zi internațională de refuz a mizeriei*).

Refuzul poate fi interpretat atât ca act de autoritate, cât și ca act de rezistență și se inserează ca un element important al limbajului politic.

În calitatea sa de act de expresie politică a cărui funcționare și efecte sunt identificabile în discursul politic, refuzul poate exprima diverse acțiuni - condamnare, denunțare, protest etc.

Refuzul face parte din actele de vorbire care pun în evidență existența unui spațiu al contradicției, al disputei, al polemicii, specific domeniului politic.

⁸² O.Orlandi, *El discurso fundador*, Madrid, 1989

Acest spațiu reflectă o dimensiune democratică în coordonatele căreia oamenii politici sau societatea civilă își pot exprima dezacordul, neîncrederea, pesimismul în fața elementelor ce le amenință valorile. Aceasta înseamnă în ultimă instanță a folosi puterea de a spune “nu”.

În anumite contexte acționează moduri rafinate de manifestare a opoziției, cum ar fi redefinirea situației sau camuflarea punctului de vedere advers.

Terminologia politică se caracterizează prin prezența unui număr mare de elemente lingvistice neologice “negative” (în general, calcuri parțiale), care desemnează concepte opuse celor fără prefix, stabilind o serie de antonime, cum ar fi : *non-acțiune politică, non-decizie, non-retroactivitate, non-violență* etc.

CAPITOLUL VI

IMPERATIVUL ÎN DISCURSUL POLITIC

Folosirea modului imperativ în discursul politic poate fi privită dintr-o dublă perspectivă, fie ca expresie predilectă a autoritarismului, fie ca reflex al unui autoritarism mascat sub diferite forme.

Dintr-o perspectivă gramaticală, DSL, într-o clasificare a propozițiilor după modul de comunicare instituit de locutor definește “Propoziția/fraza imperativă [ca] tip de propoziție și de frază adresată, orientată spre interlocutor, exprimând un ordin (...), un îndemn (...), o interdicție. Comportă numai pers. a II-a sg. Și pl. și pers. I pl.; nu este susceptibilă de a primi valoare de adevăr, forma negativă neexprimând neadevărul unui eveniment, ci transmiterea unei interdicții, a unei recomandări negative . Propoziția imperativă apare numai ca principală; în cazul frazei imperative, valoarea imperativă se realizează prin propoziția principală. Mărcile propoziției imperative sunt : o intonație imperativă, marcată grafic prin semnul exclamației [!]; formele verbale ale modului imperativ sau ale altor moduri cu valoare imperativă; asocierea cu formule ale adresării, realizate diferit de la o limbă la alta, de la o situație de comunicare la alta, de la un stil funcțional la altul, și cu intejecții de îndemn ”.

Folosirea modului imperativ reprezintă în planul comunicării o interacțiune imediată (și fără ambiguitate) emițător/locutor-destinatar/interlocutor.

În acest context, locutorul reprezintă subiectul unei acțiuni centrate pe destinatar pe care îl implică, locutorul stabilind astfel un anumit raport cu destinatarul în scopul de a-l convinge să adopte o opinie, să efectueze o acțiune etc.

Din punct de vedere pragmatic, forma imperativului este lipsită (în sine) de orice putere executorie dar, în același timp, acționează în sensul suprimării libertății de inițiativă a destinatarului.

Folosirea imperativului în discursul politic este o demonstrație - la nivelul actorilor sau al instanțelor politice- a existenței acestora ca autoritate și/sau a funcționării lor ca autoritate .

Folosirea imperativului stabilește un raport imediat între polii comunicării și realizează - în planul discursului politic- o economie semnificativă de mijloace retorice. Raportul imediat care se realizează între polii comunicării prin folosirea modului imperativ nu înseamnă că nu există un decalaj între momentul enunțării și cel al validării în plan real a inoecțiunii.

Imperativul are o acțiune complexă asupra destinatarului (fiind un element care, o dată enunțat, orientează, dirijează și manipulează la nivelul gândirii și acțiunii).

Se apreciază că prezența imperativului la nivelul discursului politic poate constitui un indicator al fenomenelor de autoritarism dintr-o societate.

La nivelul discursului politic există și modalități deontice care traduc reacțiile autoritare cum ar fi : “*trebuie să...*” “*noi trebuie să acționăm*”, “*veți face totul ...*”etc.

Imperativul în discursul electoral

Solicitarea votului prin utilizarea modului imperativ

1. Semnul electoral și numele candidatului sunt integrate în cascada de imperative (succesiunea facilitează memorarea)

Votați garioafa! Votați candidatul ApR, Mihail Erbașu!

2. Strategia indirectiei: solicitarea votului aduce avantaje nu candidatului, ci alegătorului (adevăratul beneficiar); structură umilă, atenuarea solicitării, abaterea atenției, procedeu publicitar de punere în valoare a destinatarului:

Voce narator: dă-i VOTUL TĂU! Pentru tine.

Călin Cătălin Chiriță, un primar de importanță CAPITALĂ

3. *Strategia utilizării unei forme imperative negative, urmate de o imperativă pozitivă. Forma negativă nu exprimă un neadevăr referitor la o acțiune sau un eveniment, ci reprezintă transmiterea unei interdicții, a unei recomandări negative .*

Nu votați imagini și partide perimate și compromise care vor să vă înșele din nou!

În general, interdicția este urmată de o imperativă care exprimă o solicitare în sprijinul emițătorului:

Votați bradul cu inimă, poziția 19 din buletinul de vot

*Uneori, imperativul reprezintă o soluție a unor probleme; structura de adâncime este dacă...atunci (acumularea de **dacă** urmată de verbe volitive, afective : iubiți, doriți, vreți) Structură simetrică bazată pe trei elemente: dacă (probleme), urmată de trei imperative (care reprezintă practic o singură soluție).*

[problema, condiția]

dacă iubiți natura, **dacă** doriți să respirați mai mult aer curat, **dacă** vreți să scăpați de gunoarie și în locul lor să aveți spații verzi și locuri de joacă pentru copii,

[atunci] soluția:

alegeți o administrare ecologică, **Votați FER**, **votați** bradul cu inimă!

4. *Mimarea dialogului la sfârșitul unei narațiuni, interpelarea alegătorului. Răspunsul alegătorului nu este așteptat în timp real ci este conținut indirect în propoziția imperativă .*

Voce :Te-ai decis?

Răspuns:-

Altă voce :Atunci votează candidatul ApR la Primăria municipiului Tîrgoviște -Popescu Florin Aurelian!

5. *Imperativul ca mod al coeziunii sociale, , al solidarității și, în subtext al unanimității sperate: (Hai să dăm mână cu mână!)*

*Contextul pune laolaltă prin conjunctivele imperative formulări metaforice (să reaprimem făclia speranței) și obiective concrete (adevărata curățenie **să o începem** de aici)⁸³ **Haideți să reaprimem** făclia speranței, iar adevărata curățenie **să o începem** de aici!*

6. *Solicitarea votului printr-un apel la unitate.*

Text: **Veniți împreună cu noi!**⁸⁴

⁸³ Clipul electoral îl prezintă pe candidatul Cristian Zevedei arătând prin gesturi clădirea Primăriei. (**Aici** este echivalentul semantic al Primăriei-ca loc central)

⁸⁴ ANCD Alianța Națională Creștin Democrată Text.ing.Mircea Victor Albu

Veniți în sensul **fiți alături de noi** (sensul static) dar și exploatarea dinamismului verbului a veni, a “drumului care trebuie urmat împreună”. Strategie a implicării alegătorului în acțiunea de conducere a treburilor administrației locale.

Text: **Veniți împreună cu noi!**⁸⁵

7. *Imperativul ca aluzie la promisiunile celorlalți contracandidați :*

voce candidat : **să terminăm o dată cu minciuna,**

voce indirect: spunea George Pădure în timp ce își trecea în revistă realizările

text : **terminăm minciuna (!)**

8. *Exploatarea ambiguității prin jocul majuscule –minuscule :*

Grila de lectură poate conduce la o dublă interpretare

Voce: la Primărie vine Băsescu

Text: Vin la PRIMARie!

Traian Băsescu (semnătură)

!!!Va urma!!!!

9. *O suită de imperative*

voce :

Votează Doctorul! (pseudonim, nume de cod, argumentul competenței profesionale)

Votează Sorin Oprescu!

Intervenția imperativă a candidatului cu inducerea ideii de forță prin unitate **Veniți lângă mine!** Urmată de îndemnul de a contribui la rezolvarea problemelor urbei **Implicați-vă!.**

Ceea ce echivalează cu solicitarea votului dar nu pentru “a căpăta o demnitate ” ci pentru a-și a”asuma o responsabilitate”.

O secvență de două propoziții imperative formulate de o voce din off conține în esență o rezolvare a problemei prin indicarea soluției salvatoare:

Oprește degradarea orașului! **Votează Sorin Oprescu!** (folosirea în pozițiile forte început – sfârșit a două cuvinte omofone, din care unul este chiar numele candidatului, o simbolică a numelor care ar atribui celui care poartă numele puterea de a realiza ceea ce exprimă verbul)⁸⁶

8. *Solicitarea de a vota în urma unei analize atente a promisiunilor electorale este prezent într-un clip de desene animate în care, o imagine neclară la început, să susțină îndemnul*

⁸⁵ ANCD Alianța Națională Creștin Democrată Text.ing.Mircea Victor Albu

⁸⁶ Acest procedeu va fi reluat în turul doi în cheie parodică de Băsescu : “Încrederea dumneavoastră mă onorează și mă îndeamnă să nu mă OPRESCu din drum!” ceea ce induce ideea neputinței contracandidatului de a realiza acțiunea la care trimite verbul conținut în numele său

Nu vota orbește!⁸⁷

Urmând ca soluția propusă imperativ să aducă rezoluția bună :

Votează Sorin Oprescu pentru Primar General!

9. *Imaginea copiilor, a bătrânilor, apel la pathos, “Grija, ocrotirea” strategie populistă de captare a electoratului .*

Îndemn la șansa de a vota a omului matur dar și a responsabilității legate de viitorul copiilor , al părinților, al bătrânilor, al categoriilor defavorizate.

Eu nu am încă dreptul să votez
Și vreau să ai grijă de mine

Tu poți face asta!
Votează!

Și de mine cine o să aibă grijă?

Tu poți face asta!
Votează!

9. *Strategie populistă de identificare cu electoratul și de punere în slujba acestuia .*

Implicați-vă!
Votez cu dumneavoastră!⁸⁸

De fapt punerea în prim plan a candidatului,
Imperativul :**Alegeți bine!** Este urmat de o formulare vag impersonală, de fapt confidențială (?) în care nu apare numele candidatului **acum știți pe cine.**⁸⁹

10. *Apel publicitar cu utilizarea imperativă a lui ACUM și cu prezentarea anaforică a mizei alegerilor*

Pentru ziua de mâine, pentru o Românie mai curată, pentru o Românie europeană votează acum echipa liberală!

. Imperativ autoritar cu precizarea coordonatelor temporale

⁸⁷ Deși este vorba de o formulare asemănătoare cu “a urma orbește” nu se poate trece cu vederea o aluzie la alegerile din 1990, desfășurate într-o zi marcată în calendarele religioase ca “Duminica orbului” (PDSR a câștigat atunci alegerile)

⁸⁸ Voce candidat: sunt Dan Alexandru Darabonț și îmi asum greutatea celor 4 ani care vor veni!

Sunt inginer mecanic și am 35 de ani.

Cu sprijinul vostru eu pot rezolva problemele sectorului 6.

⁸⁹ este urmată pentru a risipi orice echivoc de prezentarea prin voce și text a numelui candidatului

Dan Alexandru Darabonț

Vin imediat!

Și spațiale

Vin la Primărie!

Imperativul induce ideea că *în urma votului obiectivul (Primăria) va fi atins imediat (timpul, oamenii și problemele lor nu mai au răbdare)*

A veni la---cu sensul de **a mă instala la...** care echivalează cu **a conduce Primăria.**

11. *Apeluri patetice, argumentul irosirii*

Ai o singură viață. N-o vinde pe iluzii!

Solicitarea imperativă a votului mascată sub forma “șansei” unice:

Dă-ne o șansă!

Deoarece șansa este legată de alternativă:

România are și alți oameni. MAI BUNI!⁹⁰

11 *Textul electoral conține uneori și promisiuni încadrate de îndemnuri; primul acționează la modul general, al doilea conține numele care garantează promisiunea:*

Votați

Și veți fi ascultați

Votați Sorin Oprescu!

O suită de imperative constituie soluția la neîncrederea electoratului în clasa politică (folosirea unor elemente furnizate de sondajele de opinie constituie un argument forte în campania electorală)

V-ați săturat de politicieni?

Alegeți un manager!

Votați Sorin Oprescu!

12. *Imperativul folosit în parodiarea textelor electorale ale contracandidaților*⁹¹.

Elementele ironizate pot fi

-meseria și implicit competența

*Așa că dacă vrei alinare, **du-te la doctor!***⁹²

-numele prin exploatarea omonimiei:

*Dacă ai nevoie de relaxare, **mergi la pădure!***

-simbolurile electorale

⁹⁰ Tudor Mohora

⁹¹ Călin Cătălin Chiriță

⁹² vezi și aluzia la “grijă”

Dacă nu te-ai săturat de taxe, **ia un ardei iute!**⁹³

13. *Uneori prin solicitarea votului pentru sigla unui partid se pun în relație nu fără umor (involuntar) elemente din aceeași sferă semantică*⁹⁴:

Voce: vreți Raiul pe pământ, Votați CER-ul!

Text: votați CER!

14. *Imperativul disperării, sensul lui **a opri** poate fi redat prin alte mijloace*⁹⁵

Capitolul 7

⁹³ vezi și încercarea de folosire marcată pozitiv a unor măsuri nepopulare ale candidatului (reforma, sacrificii, taxe)

⁹⁴ CER Conveția Ecologistă din România

⁹⁵ Emil Calotă candidat PDSR la Primăria Ploiești

CAPITOLUL VII

REPREZENTAREA POLITICĂ ÎN JURNALELE TELEVIZATE

Unii autori⁹⁶ consideră jurnalul (emisiunea de știri) de televiziune ca un fenomen extrem de complex care pune în relație discursuri orale și scrise, sisteme gestuale, culori și imagini, adesea pe un fond muzical semnificativ.

Jurnalul de televiziune se articulează la mai multe niveluri comunicaționale.

Unor categorii diverse și specializate de emițători (prezentatori, mediatori, moderatori, intervievați, actori politici, analiști politici, martori, mulțime nediferențiată sau cu opțiuni clare etc.), le corespund categorii de destinatari care se pot, mai mult sau mai puțin, delimita cu ușurință (publicul rețelei sau al postului, electori potențiali, adepseri sau susținători etc.).

Strategiile comunicaționale sunt compexe și cuprind într-o mare măsură (dar fără a le putea disocia clar) strategiile actorilor politici și ale (conducerii și orientării) postului respectiv de televiziune.

O importanță deosebită o au în aceste strategii mesajele directe sau documentare care se “intersectează” în diferite moduri.

Din perspectiva limbii și a registrelor semiotice, jurnalul televizat poate fi privit ca un caleidoscop care configurează, într-o succesiune rapidă sau în simultaneitate, cuvinte, simboluri, imagini, sunete etc. ale unui sistem referențial al lumii și culturii politice.

O problemă aparte a jurnalului televizat o reprezintă “poziționarea actorului politic”, care este o “prezență” prin figură, iar prin discursul politic, este, în același timp, o “reprezentare politică” pe micul ecran. În acest context, sunt foarte importante strategiile de comunicare ale discursului politic în televiziune, care trebuie să îndeplinească criterii cum ar fi: adecvare conceptuală și terminologică, concizie, inteligibilitate, structurare pe teme, subteme, formule introductive și finale etc.

În cadrul interviurilor televizate luate actorilor politici români tinde să se generalizeze ca formulă finală “de politete” construcția “(și) *eu vă mulțumesc*” cu accent frastic și contrastant pe pronume. Aceasta poate fi considerată pe lângă o marcă a politeții și o expresie a “modestiei” actorului politic interviuat, care este doar aparentă deoarece produce, de fapt, o inversare a raportului interviuator- interviuat, o remanență a figurii politice și a discursului său în memoria telespectatorului, prin avantajul ultimei replici.

Folosirea unor formule ale stilului jurnalismului sportiv care face plăcere publicului reprezintă o formă aparte de apropiere a discursului politic de discursul sportiv care aparține “entertainment”-ului și se bucură, în consecință, de audiențe record):

X termină în apoteoză; X bate recorduri; “X revine în forță”; “Ion Iliescu “evadează” din pluton” [A 2753,1999,1]

În viziunea autoarei, folosirea excesivă a limbajului sportiv duce în cele din urmă la o diluare a analizei în cadrul domeniului politic.

STUDIUL DE CAZ

Limbajul emisiunilor televizate de analiză politică

“Conștientizarea este primul pas către emancipare”

Norman Fairclough, *Limbaj și putere* *

0. Studiul își propune să descrie câteva particularități ale limbajului folosit în emisiunile de televiziune dedicate analizei fenomenului politic românesc actual.

⁹⁶ M. Coulomb-Gully, “La représentation politique au Journal télévisé. Etude des positionnement télévisuels durant la campagne présidentielle de 1989”, thèse, U.de Lille 3, în *Mots*, no.32, septembre 1992

Analiza va urmări textul emisiunii “*Profeții despre trecut*”¹ din 16 aprilie 2000, și va încerca, în măsura în care va fi posibil, să încadreze anumite aspecte lingvistice selectate în tendințele mai generale de evoluție a variantei limbii literare standard folosite de mass media.

Difuzarea acestei emisiuni se înscrie în tendința generală a televiziunilor de a avea “cel puțin o dată pe săptămână un program de analiză politică internă și externă, în care se explică sensul mai adânc al evenimentelor”².

1. Ar fi de așteptat ca o limbajul unei emisiuni de televiziune dedicate analizei fenomenului politic românesc actual să conțină numeroase elemente ale terminologiei³ specifice. Extinderea sferei de utilizare a unor termeni dincolo de un domeniu strict specializat reprezintă un fenomen care determină un nou mod de abordare a graniței dintre cunoașterea științifică și cunoașterea obișnuită. În contextul “erei informaționale”, tendința de migrare a terminologiilor spre lexicul comun reprezintă o formă de manifestare a ceea ce Lerat numea “laicizarea progresivă a cunoașterii”.

Discursul politologic analizat conține relativ puține elemente terminologice specifice, cele mai multe accesibile publicului larg, ceea ce poate constitui o caracteristică a acestui tip de emisiune de televiziune (**clasă politică, opoziție, lider, afiliere politică, extremist, interese de clasă politică, opinia publică, principiul apolitismului**).

Se remarcă, de asemenea, apariția unor termeni ce aparțin lexicului specializat din alte domenii, în special din cel economic. Folosirea acestora s-ar putea datora faptului că un discurs politic de analiză a fenomenului politic nu poate să ignore realitatea extralingvistică a legăturilor dintre politic și economic (**reeșalonare, creștere economică**). Unii termeni din această categorie circulă și în limba comună cu sens economic larg (**comision, afacere**).

Discursul analizat conține numeroase referiri la organizații politice, redată prin formele terminologice care sunt aferente siglelor - **PDSR, PRM, PUNR, UFD** rostite, acolo unde este cazul, cu vocale de sprijin PeDeSeRe, PeReMe, PeUNeRe, UfeDe). Nu lipsesc nici elementele terminologice care îi desemnează pe adepții acestora (**țărănist, democrat**). O anumită ambiguitate a discursului mediatic este legată de folosirea termenului **democrat** pentru desemnarea membrilor Partidului Democrat. Acesta ilustrează un sens special, “autohton” al noțiunii și impunerea sa în acest context poate “beneficia” de valorile puternic pozitive cu care este creditat termenul în accepțiunea sa universală.

Alte elemente ale terminologiei folosite desemnează, metonimic, în maniera “economică” și internațională a stilului politic și jurnalistic, anumite stadii ale fenomenelor analizate (**etapa post-Helsinki**).

Din perspectiva captării audienței printr-un limbaj expresiv, anumite denumiri ale unor organisme internaționale se află adesea în contexte inedite (*declarația de dragoste* pentru **Uniunea Europeană**).

Discursul politologic analizat conține numeroase referiri la nume de instituții naționale, formulările fiind adesea eliptice, ca reflex al tendinței mai generale spre economie lingvistică : **Camera** (pentru Camera Deputaților), **Agricultură** (pentru Ministerul Agriculturii). Uneori termenii se află în contexte stilistic-discordante [Peste 26000 *au fost văduvite* de **Ministerul Finanțelor**, *oferă muniție adversarilor în campania pentru* **Cotroceni** (metonimie pentru Președinție)] sau în vecinătatea unei aluzii intertextuale la un slogan al postului gazdă a emisiunii (Pe frontispiciul **Parlamentului român** ar trebui să stea scris : *Nouă nu ne pasă*).

2. Transmiterea explicațiilor fenomenelor politice se face într-un cod lingvistic în care depășirea limitelor dintre variantele stilistico-funcționale ale limbii și dinamica sensurilor (în cazul unor termeni aparținând unor alte domenii) reprezintă o tendință frecventă a cărei justificare, în limba română actuală⁴ o constituie îmbinarea funcției de comunicare cu cea expresivă a limbii.

Astfel, termenii folosiți în discursul politologic de televiziune capătă sensuri noi prin devierea față de statutul lor semantic și contextual strict.

Limbajul folosit în analiza fenomenului politic este dominat de termeni specifici domeniului militar, utilizați cu alte sensuri decât cele specializate. Interpretarea noilor sensuri ca figurate pare a fi justificată de încălcarea restricțiilor contextual-stilistice prin care se definesc în dicționar [...partidele și-au consumat **munițiile** în comisii...(adică *argumentele*); el oferă **muniție** adversarilor în **campania** pentru Cotroceni...(cu sensul de *argumente, motive, dovezi*)].

În general, discursul politologic mediatic apelează la elemente ale terminologiei militare specifice pentru redarea unor comportamente agresive în relațiile politice, sociale, economice (**strategii politice, conflict politic, apărare legitimă a intereselor** etc.). Folosirea generalizată a lexicului militar în diferite discursuri, este considerată de unii specialiști⁵ ca “o manifestare a opțiunilor autoritare și adesea ca o garanție a eficacității acestui tip de comunicare”.

Unele formulări au un sens relativ stabil și sunt destul de frecvente în limba curentă, cotidiană [...**bătălie** electorală... ;...s-au unit în **front comun**...;...Corneliu Vadim Tudor *a lansat un atac violent* la adresa lui Ion Iliescu și Adrian Năstase...], altele sunt, probabil, expresia unei intenții zeflemiste sau minimalizatoare [...figura **marțială**...;...**luptând vitejește** să recupereze ceva din fabulosul patrimoniu ...; ...**se bate la baionetă** pentru fiecare post...].

Discursul analizat conține numeroase elemente care țin de sfera semantică a afectivității, de la cele ingenuie (...**declarația de dragoste** pentru Uniunea Europeană...), la cele șocante (“El a călcat [sic!] principiul apolitismului, încheind niște protocoale de colaborare atât cu PD, cât și cu PDSR. Despre primul se spune că ar fi **iubirea platonice** a lui Todoran, pe când al doilea include și **sex**”). Vocabularul “afectivității” recurge și la asocieri insolite⁶ cu elemente specifice pentru lexicul cunoașterii raționale: Băsescu a lansat **ideea scumpă** lui Iliescu...

O intenție zeflemistă și moralizatoare se ascunde și în spatele folosirii expresiei *a face avansuri*⁷: (...Stoica **a făcut avansuri** destul de străvezii PDSR, **avansuri** care n-au rămas în gol...).

Uneori, tonul profetic conține un avertisment pentru cunoscători. Formularea expresivă “Și Partidul Democrat a făcut primii **pași de cadril** în direcția viitorului partener” poate fi interpretată ca o metaforă a “jocului politic” și a “instabilității” prin raportare la unele trăsături ale definiției cuvântului-cheie⁸.

Intenția ironică este evidentă atât în formulări vag poetice :(liderii sindicali) **dădeau impresia unor călugări străini de toate păcatele lumești**, cât mai ales în asocieri insolite în care termeni specializați sau date statistice se află lângă expresii din registrul popular (“El știe că dacă trece la toamnă de cele 15% deținute acum, va deveni indispensabil oricărui *guvern de coaliție* și de aceea trebuie **să-și păstreze fecioria** cu mare grijă”).

3. Unii termeni specializați din diferite domenii științifice sau practice au o anumită frecvență și în limba comună ceea ce ar constitui o justificare a folosirii lor în discursul mediatic analizat.

Astfel, în afara lexicului militar și economic, limbajul nuanțat al analistului politic cuprinde termeni, formulări și sensuri specifice următoarelor domenii:

a) tehnic [ideea **polului** social-democrat];

b) medical [**ieșire nervoasă**, ...*va negocia la sânge*...; nu putem înțelege **amnezia** domnului Iliescu –subliniază ironic Vadim Tudor; cele 7% care **i-ar putea fi fatale** la primul tur];

c) juridic: [**devalizare** ; ...imaginea de **incoruptibili**...;din cauza ...*gravelor acte de corupție*...];

f) științele naturii: [Ce se poate conchide din această **erupție** furioasă?; ...revenirea stângii la putere ar fi **calamitate**...];

g) sport⁹ [bugetul **pe ultima sută de metri**; ...Pavel Todoran **s-a calificat** pentru viața politică...;Stoica nu se mulțumește cu atât, așa încât **a pasat o minge** și ApR];

h) divertisment, “entertainment”-circ [...parlamentarii noștri se reped la tribună **să-și facă numărul** electoral...].

4. Discursul politologic analizat conține unii termeni afectați, în limba română actuală, de modificări ale raporturilor denotație/conotație, precum și de reorganizarea semnificației prin neutralizare¹⁰.

Așa sunt, de exemplu, **plenară** (Abia în plenară, unde camerele TV le arată limbușia...), **activist** (...Ion Iliescu a fost un activist care a scris cândva “Fericirea de a trăi în URSS”) etc. sau unități frazeologice specifice limbii de lemn: **ascuțirea luptei de clasă**, **lumea muncitoare** (o variantă atenuată pentru **clasa muncitoare**), **binele poporului** și multe altele, care au dezvoltat în etapa actuală o conotație negativă în locul celei (puternic marcate) pozitiv în perioada anterioară lui 1989.

În unele situații, se remarcă tendința de delimitare ironică de unele cuvinte frecvente în limba de lemn¹¹ prin folosirea unor termeni arhaici [...în teritoriu¹², există *apropieri*, chiar *îngemănări*, între organizațiile locale, iar în exterior **frățietatea** cu PRM alimentează temeri și suspiciuni în Occident...].

5. Stilul jurnalistic al analizei politice reflectă evenimentele recurgând adesea la formule stereotipe cu o frecvență considerabilă într-un anumit moment din evoluția limbii. Formele stereotipiei lingvistice sunt preferate atât pentru expresivitatea lor, cât și pentru avantajul pe care-l au în comunicare - relatarea evenimentelor noi făcându-se prin raportare sistematică la un tipar familiar audienței. Limbajul analistului politic a “înregistrat” și retransmite, la rîndul său, cel mai recent “produs” al unui tipar extrem de productiv în limba română¹³.

Astfel, numeroaselor “liste” din limbajul politic românesc actual li s-a adăugat recent “așa-numita **listă a Smarandei Dorescu**”.

5. Situațiile de criză politică impun, periodic, în absența unei definiri de principiu inițiale, o analiză serioasă și coerentă a sensului unor termeni.

Necesitatea definirii conceptelor politice la nivelul societății românești este analizată prin formulări familiare și ironice : “au găsit însă o **șmecherie semantică** – cică nu țin să rămână [proprietate n.n.] de stat, ci să devină proprietate publică, adică *aceeași Mărie cu altă pălărie*. Numai privată să nu fie, că atunci intră în funcție legile pieții”.

Uneori, analiza politologului surprinde modul în care limbajul de definire poate oferi elementele unei strategii politice : “Adrian Năstase, maestru al nuanțelor subtile, a declarat la

Timișoara că PNL este “**un partid interesant**”, formulă care poate spune orice, dar nu angajează cu nimic”.

6. Din dorința de a șoca, a speria, a incita și a determina vânzarea/vizionarea produselor mediatice, realizatorii emisiunilor de televiziune recurg la “creaturi lingvistice preluate din alte registre, prin definiție neliterare (limbajul familiar și cel popular)”¹⁴.

Ignorarea limitelor dintre registrele lingvistice reprezintă și o încălcare a principiului conform căruia “Comunicarea presupune adevărat : la subiect, la normele limbii, la normele sociale și, nu în ultimul rând, la public”¹⁵.

Presa funcționează ca un releu de transmitere a limbajului politic și furnizează modele lingvistice pe care cea mai mare parte a publicului le urmează fără o analiză critică. Aceste modele lingvistice ar trebui să fie în conformitate cu sistemul de norme al limbii române¹⁶.

Textul emisiunii analizate conține numeroase forme de depășire a limitei literar-neliterar. Unele ilustrează limbajul politicienilor [“...liderul țărănist Mureșan a urlat pe holul Camerei după ministrul Remeș : “Traiane, pentru toate **porcăriile** pe care le-ai făcut, nu-ți votez bugetul!”], altele aparțin vocii analistului politic : [...au votat joi **pe șest** o surprinzătoare dublare a salariilor...;...a produs **o gaură** de trei milioane].

7. Discursul politologic analizat se remarcă prin folosirea frecventă a unor expresii populare sau familiare cu sensuri relativ stabile în stilul jurnalistic care reflectă domeniul politic. Astfel, unele expresii se caracterizează prin “actualizare” : [...**mă aliez și cu dracul până trec puntea**...], altele apar în contexte discordante [...iar pentru că **le-a ieșit vorbă** că la Snagov s-au opus și cererii Uniunii Europene de privatizare a utilităților...; dar tocmai pentru că **e la spartul târgului**...].

8. Pentru a-i desemna pe reprezentanții Puterii, limbajul discursului de analiză face apel la termeni diferiți, de la neologisme¹⁷ recente cum ar fi *lider*, *tehnocrat*, *premier* (...**liderul** liberal Valeriu Stoica... **liderul** PRM...**liderul** țărănist Mureșan...; vocea **tehnocratului** Mugur Isărescu a răsunat în pustiu;...**premierul** Isărescu...) la aprecieri aparent neutre care capătă în context sensuri ironic-afective (...**parlamentarii noștri**...) sau la etichete lingvistice folosite în contexte șocante (...**demagogii și populiștii și-au dat drumul** să-i vadă alegătorii).

Limbajul de analiză este extrem de nuanțat la nivelul cuvintelor și al expresiilor cu conotații ironice (Când colo, a ieșit la iveală că **marele** Pavel Todoran, “**el lider maximo**” al puternicei CNSLR-“Frăția”...; Nici *stimatul* domn Costin, **liderul** Blocului Național Sindical,...; ...împărțit frățeste între **cei trei mari ai vremii**...; **Boșilor sindicali** nu pe place nici demascarea marilor salarii din regii...).

Concluzii:

Dacă controversile în televiziune se axează pe proporția ce trebuie acordată în programe celor trei categorii : 1) divertisment, distracție(entertainment), 2) informație sau știri și 3) orientare, implicit Analiză și Educație¹⁸, atunci se poate considera că emisunea analizată - “Profeții despre trecut” - încearcă o apropiere între acestea printr-un discurs de tip special. Acest tip de discurs mediativ se află la intersecția acestor categorii și manifestă o tendință clară de a îmbina informația și orientarea într-un cadru mai puțin rigid (în special, la nivelul limbajului de analiză).

Bibliografie și note

* Norman Fairclough, *Limba și putere*, Longman, London-New York

1. Este vorba despre emisiunea “Profeții despre trecut”, difuzată săptămânal la PROTV, realizată de Silviu Brucan și de Lucian Mândruță.
Alegerea acestei emisiuni s-a bazat, mai ales, pe posibilitatea de a verifica “textul oral” prin confruntare cu transcrierea sa în presa scrisă (Ziarul Financiar, 17 aprilie 2000) și nu denotă nici o preferință ideologică, partizană sau de altă natură.
2. Brucan, Silviu, *Îndreptar-dicționar de politologie*, Editura Nemira, București, 1993, p.272
3. Conceptul de terminologie este utilizat cu mai multe sensuri interdependente, nu întotdeauna delimitate clar. Valorile cele mai frecvent atribuite conceptului “terminologie” sunt :
a) “Sistem de termeni care reprezintă cunoștințele într-un domeniu particular al unei activități. În acest caz, se impun următoarele precizări: “Termenii se obțin prin aplicarea unei denumiri unui anumit concept și printr-o procedură de lexicalizare naturală sau artificială (termenul verbalizează cunoștințele). Relația dintre denumire și noțiune este reflexivă și biunivocă pentru un termen dat. Un termen se caracterizează, deci, prin univocitate, monoreferențialitate și precizie”. [Vezi A.Bidu-Vrânceanu, C.Ene, M. Dumitrescu, A.Vrânceanu, *Terminologiile științifice - delimitări, modalități de abordare, caracteristici*, în *Analele Universității București, Limba și literatura română*, anul XLVI, 1997, p.3-22].
b) “Domeniu transdisciplinar al cunoașterii interdisciplinare, care studiază conceptele și reprezentările sale (termeni, simboluri etc.)” [H. Felber, *Manuel de terminologie*, UNESCO, 1987].
4. Am adoptat conceptul de “limba română actuală” în interpretarea propusă de V. Guțu Romalo în *Nou și vechi în limba română actuală*, în **Limba și Literatură**, nr.3-4, p.9, 1997. Sintagma acoperă o etapă din evoluția limbii române care se referă la perioada dintre sfârșitul lui 1989 și “azi”.
5. Peries, Gabriel, *Economie et discours militariste*, p.62-75, în **MOTS**, 43, Juin 1995
6. **DEX’96** nu indică posibilitatea asocierii adjectivului **scump** cu abstracte ca idee, concept etc. ci doar cu lucruri, oameni, ființe. De aici și ambiguitatea ce rezultă din actualizarea simultană a sensurilor cuvântului *scump - valoros și drag, prețios și iubit*.
7. Conform **DEX’96**, *A face (cuiva) avansuri* = a încerca să obțină prietenia sau dragostea cuiva prin lingușiri, concesi (de ordin etic) etc.
8. Vezi definiția lexicografică (**DEX’96**) a cuvântului **cadril** :dans de origine franceză, cu mișcare lentă, constând într-un șir de *figuri* în cursul căruia *partenerii se schimbă între ei*).
9. Folosirea unor formule ale stilului jurnalismului sportiv în emisiunile de analiză politică reprezintă o strategie de apropiere de perspectiva “divertismentului sportiv” care se bucură de audiențe foarte mari. Rămâne de văzut dacă folosirea excesivă a limbajului sportiv nu duce la o diluare a analizei în cadrul domeniului politic.
10. . “Schimbările semantice ale raportului denotație-conotație afectează, în special, după 1989, termenii domeniului politic, social, ideologic, administrativ și jurnalistic”, Guțu Romalo, Valeria, *Nou și vechi în limba română actuală*, în **Limba și Literatură**, nr.3-4, p.9, 1997.
11. Tatiana Slama –Cazacu atrage atenția asupra faptului că “difuzarea noii limbi de lemn beneficiază de mai multe canale decât cea veche și se bucură de o imitație neobligatorie (în realitate, manipulată, impusă de frecvența prezență în mijloacele de comunicare- la care se adaugă, mai recent, unele intervenții, ad hoc, în manualele școlare -, de prestigiul creat, de rolul enorm amplificat al presei, al televiziunii, de faptul că discuția politică a pătruns mult

în stradă, în familie, în locurile publice)“, *Psiholingvistica. O știință a comunicării*, Editura ALL, București, 1999, p.588-589.

12. Expresia “*În teritoriu*” este considerată de Tatiana Slama –Cazacu o formă neologică frecventă a (noii) limbii de lemn : “*În teritoriu* (= în țară, în România)”, *Psiholingvistica. O știință a comunicării*, Editura ALL, București, 1999, p.598.

13. Stilul jurnalistic a impus un tipar productiv pentru un fenomen de intertextualitate ce constă, probabil, în “adaptarea” unui titlu de film (*Lista lui Schindler*) .

“ Liste” sunt percepute ca având o conotație negativă, datorită asocierii frecvente a “listelor” cu fenomene economico-sociale de restructurare, lichidare, șomaj (“*Lista lui Coșea*”) sau cu dezvăluiri senzaționale (“*Lista lui Severin*”).

14. Vasilescu, Mircea, *Spre noi înșine*, Dilema, nr.333, 25 iunie- 1 iulie 1999, p.4

15. White, Louise G.; Clark, Robert P.; *Political Analysis. Technique and practice*, Brooks/Coel publishing Company, Monterey California, 1983.

16. În condițiile în care nu există nici o instituție care să vegheze la respectarea normelor limbii române în mass media, se semnalează- tot în presă dar și în revistele de specialitate- numeroase luări de poziție care vizează domeniul “cultivării limbii”.

17. Adaptarea unor termeni ca **lider/leader; dealer** etc. demonstrează capacitatea limbii române actuale de a asimila împrumuturile.

18. Brucan, Silviu, *Îndreptar-dicționar de politologie*, Editura Nemira, București, 1993, p.271.

Surse lexicografice:

DEX : *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, ediția a II-a, Editura Univers Enciclopedic, București, 1996.

CAPITOLUL VIII

DISCURSUL POLITIC POPULIST

“Stat de drept”, “interes național”, “democrație autentică” reprezintă sintagme des folosite ca argumente supreme ale deciziilor politice și elemente discursive cu rol de leit-motiv în discursurile oficiale.

[Aceste sintagme reprezintă, într-un anume sens, sinonime neologice pentru “țărișoară” - diminutiv ironic cu acțiune dublă (afecțiune/bagatelizare)- care evocă discursul naționalist și populist al secolului trecut (și trimite la Caragiale.)]

Invocarea termenului “popor” în discursul politic reprezintă o strategie verbală susceptibilă de a arunca o lumină pozitivă asupra principiilor, opțiunilor, valorilor politice ⁹⁷apărate sau invocate de un actor politic.

Folosirea acestui termen, departe de a fi o selecție semantică inocentă, urmărește să șteargă identitatea emițătorului (pe care îl proiectează astfel într-un univers colectiv cu semnificații puternic pozitive).

Există modalități diferite de a se face referire la “popor” în discursul politic, cele mai multe dintre ele făcând parte din ceea ce se numește în mod tradițional “retorica populistă”.

Silvia Kobi arată că populismul ca retorică conține în sine o îngemănare a unui ”proiect autentic democratic și a unui element demagogic”.

”Proiectul autentic democratic” este o expresie a creditării “poporului” cu virtuți, calități și maturitate civică exemplare, simultan cu prezentarea (explicită sau implicită) a dezideratelor cetățenilor care ar fi în contradicție cu opțiunile, programele, acțiunile clasei politice. Această tendință denumită în literatura anglo-saxonă “giving the government back to the people” nu se poate disocia de demagogie în discursul politic. Demagogia reprezintă un sistem complex de strategii și elemente lingvistice folosite în discursul politic pentru a “face plăcere” publicului. Conținutul ideatic vehiculat prin intermediul demagogiei politice acoperă, fără deosebire, adevăruri, neadevăruri, himere, prejudecăți ale mentalului colectiv. Unii autori ⁹⁸ consideră că diferența semnificativă care se poate stabili între manipulare și demagogie constă în faptul că cea din urmă nu practică o dezinformare, ci doar amplifică ceea ce există deja la nivelul opiniei publice. Din această perspectivă, demagogia poate fi caracterizată ca o abținere deliberată de la acțiuni ce ar putea determina modificarea unor concepte, idei, prejudecăți, credințe -care se manifestă activ sau latent în opinia publică- în scopul de a le exploata și direcționa spre propriile scopuri politice.

Această definiție de “*laisser croire*” se aplică demagogiei ca element al populismului și se opune pe plan conceptual “*Aufklärung*” -ului politic.

Retorica populistă înregistrează o diversitate de modalități de expresie a căror manifestare este extrem de “agresivă” în contextul electoral.

Articulată în general pe tema “denunțării promisiunilor neonorate”, retorica populistă este un instrument eficace în mâna opoziției (critica îndreptându-se, în general, spre instituțiile puterii). Această temă principală poate conține subteme (șomaj, sărăcie etc.) sau se poate combina cu teme “(inter)naționale”.

Actorii politici au la îndemână strategii de construire a programului populist care merg de la sesizarea nemulțumirilor din sânul populației, amplificarea acestora (prin strategii discursive mai mult sau mai puțin rafinate), până la prezentarea lor într-un ambalaj electoral adecvat în scopul pentru a determina (re)alegerea. Construirea unui program populist presupune o

⁹⁷ Kobi, Silvia, *Entre pédagogie politique et demagogie populistes*, p.33-50, în MOTS, Les langages du politique, No.43, juin, 1995.

⁹⁸ site web *Propaganda Techniques : Word Games Web site*

receptivitate sporită, atât la așteptările, cât și la nemulțumirile populației dar și capacitatea de a (re)prezenta dorințele populare (cu alte cuvinte de a fi “purtătorul de cuvânt” al acestora). Succesul discursului populist se bazează, în mare măsură, pe o perspectivă antielitistă care pledează în favoarea unei “recentrări” și a unei “reechilibrări” a democrației.

Discursul politic global înregistrează opozițiile între “elitism” (ca manifestare a unui anumit tip de autoritarism) și “populism”, la nivel conceptual, semantic, comunicațional. Din perspectiva alternanței la putere, ca expresie a tensiunii vitale inerente în regimurile democratice, se poate observa adesea și inversarea de tonalitate discursivă a actorilor politici emițători: “...fiind tributari unei viziuni morale și nu procedurale a suveranității populare, proiectul democratic al formațiunilor populiste este un “Janus cu două fețe”...comportă riscul de a deveni autoritar”⁹⁹.

Retorica discursului populist

Strategiile speciale de atragere folosite în discursul populist constau, în principal, în:

1. Folosirea unui discurs și a unui comportament simplu care să convingă auditoriul că omul politic și ideile sale sunt “de-al/ale lor” (“ale poporului”). Aceste tehnici sunt folosite atât în publicitate, cât și în politică și se bazează pe o distanțare strategică de mitul culturii “elitiste”, prin folosirea oricărui mecanism care ar determina asocierea imaginii omului politic cu “omul simplu” (deși este greu de descris clar ce se înțelege prin termenul abstract “om simplu sau de rând” și, mai ales, care ar fi limitele conceptului folosit adesea pentru comoditatea analizei). Aaron Delviche¹⁰⁰ descrie printre cele mai cunoscute exemple pe tărâm american - la nivelul candidaților la președinție dar și al președinților, toți multimilionari- următoarele tehnici: pentru Bill Clinton, a mânca la McDonald’s (simbol al culturii pop) și a citi cărți politiste, (și, am adăuga noi, a cânta la saxofon dacă, nu cumva, a cânta la un instrument de jazz ar aparține, prin evoluția mentalităților, unui gen elitist); pentru George Bush- pasiunea pentru un sport “popular” -pescuitul - și, adversitatea manifestă pentru feluri de mâncare pe bază de legume sofisticate (broccoli); pentru Ronald Reagan, pasiunea de a se “lăsa fotografiat” în timp ce cioplea lemne; pentru Jimmy Carter - maniera de a se prezenta în cadrul imaginii “umil/simplu fermier din Georgia” etc.

Fie că se realizează prin mijloace lingvistice și/sau non-lingvistice, aceste strategii populiste reprezintă modalități de atragere bazate pe în primul rând pe faptul că acceptarea unui om politic sau a programului său este stimulată de recunoașterea și integrarea imaginii acestora în stilul de viață al omului obișnuit. Analogic cu anumite programe de calculator, omul simplu trece de la “conectarea” la canalul prin care sunt transmise strategiile omului politic la o “verificare” a lor cu modelul său (și valorile sale), după care urmează “autorizarea” trecerii mesajului (sau a acelor părți conforme cu modelul), și, în final, “acceptarea” acestuia.

Modelele omului obișnuit sunt ușor de cunoscut și prin intermediul stereotipurilor culturale de tipul “omul (politic) bun iubește animalele” și atunci imaginea unui președinte cu câinele său sau a unui om politic implicat în acțiunile de apărare a animalelor capătă conotații pozitive (Mitterand, Clinton, Blair), sau “omul politic trebuie să se afle în mijlocul oamenilor” și atunci este evident că acesta va căuta insistent “agora” pentru a fi în mijlocul celor ce l-au ales. Este adevărat că este foarte greu să discerni ce este “creare de imagine” sau predispoziție naturală, firesc al trăirii în toate aceste aspecte asociative la nivel simbolic. Ce este însă foarte clar este că modele “simplități” funcționează și uneori aduc “pete de culoare” într-un peisaj dur ca cel al politicii.

⁹⁹ Kobi, Silvia, *Entre pedagogie politique et demagogie populiste*, p.33-50, în MOTS, Les langages du politique, No.43, juin, 1995.

¹⁰⁰ Site web

2. Plasarea (virtuală a) electoratului pe podiumul învingătorilor reprezintă o tehnică subtilă care se realizează, în principal, prin specularea afinităților, legăturilor de grup, indiferent dacă ele se numesc naționalitate, religie, sex sau vocație. Tehnici speciale împart electoratul în segmente bine circumscrise unui tip (clasificarea și alte operații logice joacă un rol important în aceste segmentări ale populației). Electoratul de un anume tip este apoi “flatat” în diferite moduri (scrisori, telegrame, telefoane etc.) pentru a determina o atitudine favorabilă omului politic. Punerea în prim-plan a persoanei (dintr-un grup precis delimitat) se bazează și pe declanșarea și întreținerea unei stări emoționale prin “reactivarea”, cel mai adesea prin mijloace lingvistice, a unor temeri, prejudecăți, convingeri, idealuri, tendințe etc. comune grupului. Exprimată de multe ori prin formula “cine nu este cu noi este împotriva noastră”, strategia funcționează pe tema dorinței de a-i urma pe ceilalți. [Un studiu în detaliu a acestei problematice ar putea stabili apropieri interesante de conceptul “spirală tăcerii”]. De vreme ce nimeni nu vrea să “scape trenul” să fie exclus, marginalizat, lăsat deoparte, resorturile psihologice determină trecerea individului de partea celor (mulți, considerați a fi) învingători . [Avem de-a face aici cu o altă dovadă a specializării lexicului politic și a dificultăților pe care le ridică traducerea termenului Band Wagon : “to climb onto the Band Wagon”=“urcarea în Band Wagon”, unde Band = grup,ceată, iar Band Wagon = (în politică) parte câștigătoare Cf. Levițchi, L., Bantaș, A.; *Dicționar englez-român*, Ed. Științifică, București, 1971].

3. Tema atragerii prin teamă se articulează pe motive diverse, dintre care cel mai important pare a fi cel al dezastrului inevitabil în cazul în care “poporul/publicul “ nu urmează anumite instrucțiuni. În principiu, această temă pune în joc strategii de reorientare a atenției publicului de la un program politic spre “pașii” care trebuie urmați pentru a reduce sau a îndepărta orice sentiment de teamă, frică, angoasă pe care o imagine (mai mult sau mai puțin clară) le-ar putea provoca. Strategia cea mai folosită în acest tip de mascare o reprezintă folosirea terminologiei militare și a analogiilor dintre anumite activități politice și operațiile militare. [Se pare că explicația psihologică a acestei atitudini o reprezintă perceperea negativă a oricărei stări de conflict]. În practica publicitară se admite, de altfel, că “dacă toate lucrurile ar fi egale (ca importanță), cu cât o persoană este mai înspăimântată (prin diverse strategii discursive în cadrul procesului de comunicare, cu atât este mai plauzibil ca ea să se plaseze în cadrul unei acțiuni preventive pozitive” [sunt celebre rezultatele graficelor vânzărilor de centuri de siguranță de ultimă generație după prezentarea unor accidente grave în cadrul spotului publicitar]. Altfel spus, cu cât cineva se simte mai amenințat- prin intermediul comunicării, în special lingvistice- cu atât mai mult va fi atras de acea parte a spectrului politic care îi promite, tot prin mijloace lingvistice, siguranță, liniște, pace, confort, bunăstare etc.

Domeniul politic cunoaște o gamă largă de “amenințări” persuasive, care, de cele mai multe ori, au o coloratură locală, regională, națională sau sunt active chiar la nivel continental. Folosirea acestei tehnici implică :

- 1) formularea de către un om politic, organizație etc. a unei amenințări (șomaj, imigranți, sărăcie, soarta deplorabilă a mediului înconjurător etc.);
- 2) recomandări specifice despre cum ar trebui publicul să acționeze în fața acestei amenințări;
- 3) perceperea recomandării ca o armă efectivă pentru reducerea sau înlăturarea elementului amenințător;
- 4) transferul eficient de imagine în lupta cu amenințarea asupra individului, organizației politice care a identificat amenințarea (și implicit acordarea voturilor, încrederii, susținerii etc.).

Eficiența acestei tehnici rezidă în special în tehnicile persuasive care se bazează de cele mai multe ori pe o structură discursivă extrem de dinamică.¹⁰¹

¹⁰¹ Olive, Maurice, “Le Pen, le peuple. Autopsie d’un discours partisan, p 131, Mots, 43, 1995

Un exemplu celebru de persuasiune prin teamă îl constituie discursul lui Adolf Hitler din 1932 (reprodus după un text în limba engleză):

- “1.The streets of our country are in turmoil *formularea amenințării*
2. The universities are filled with students rebelling and rioting *formulare de detaliu a amenințării interne*
3. Communists are seeking to distroy our country *formulare de detaliu a amenințării interne și a ceea ce se urmărește prin aceste acțiuni*
- 4.Russia is threatening us with her might, and the Republic is in danger *formularea amenințării prin identificarea inamicului extern*
- 5.Yes- danger from within and without *amenințare complexă, concluzivă, legătură cu 2,3și 4.*
- 6.We need low and order *recomandări specifice despre ce I- ar trebui publicului în fața acestei amenințări;*
- 7.Without it our nation cannot survive. *concluzie axiomatică* ” (textul în engleză este preluat din Aaron Delwiche¹⁰²).

Discursul politic excentric

Discursul politic excentric reprezintă, pe scena politică a multor țări, o secvență comunicățională a cărei abordare nu se poate face prin raportare la o doctrină politică (adică la o structură de teme și referințe mai mult sau mai puțin caracteristice pentru o anumită “familie” ideologică), ci, mai degrabă, la un ansamblu eteroclit de structuri argumentative.

Cele mai folosite structuri argumentative folosite în discursul politic excentric vizează următoarele paliere :

- 1) În primul rând, strategia se bazează pe tehnici discursive de revendicare a unei legitimități populare. Una dintre principalele axe o constituie tema denunțării “prăpastiei care desparte poporul de guvernanți”. Sistemul populist al acuzării celor responsabili este omniprezent în (sub)text unde se glosează pe toate tonurile despre manipulare (tema principală o constituie “pentru a se menține artificial la putere clasa politică nu ezită să trișeze să manipuleze regulile constituționale cu concursul presei- puternică și iresponsabilă ”)¹⁰³.
- 2) În al doilea rând, discursul politic se distinge prin caracterul său atipic și derutant pe scena politică, individualizarea sa remarcându-se, la nivelul conceptelor, prin propunerea unor soluții noi și îndrăznețe, prin lupta contra imobilismului etc.
- 3) În al treilea rând, acest tip de discurs mizează pe strategii care pun în evidență valori umane universale (concepte “pozitive”) : curaj, probitate, abnegație , adesea însoțite și susținute de o strategie simbolică de provocări (mimică, butade, calambururi) susceptibile de a sugera personalitatea deosebită a omului politic.
- 4) Acest tip de discurs este puternic marcat de un voluntarism demagogic, care face apel continuu la suveranitatea populară (strategia funcționează cu succes deoarece una dintre funcțiile politicului este aceea de a da colectivității sentimentul destinului său). Contextul în care, în ultimii ani, guvernele au avut multe dificultăți în a juca acest rol și au eșuat în a produce, măcar impresia, că pot stăpâni și conduce mecanismele economiei și ale societății în ansamblul ei, a favorizat înclinarea spre mit și iluzii politice. Actorii politici care promovează acest tip de discurs reabilitează imaginarul, dintr-o poziție convenabilă, exterioară deciziei politice (în general, actorii politici excentrici sunt ținuți sistematic la distanță). Prin propagarea populistă a unor sloganuri (Vom fi ce am fost și încă mai mult), se apelează la o strategie discursivă care opune - în planul expresiei lingvistice

¹⁰² Vezi Propaganda Techniques : Word Games Web site

¹⁰³ Pierre- Andre Taguieff , *La rhetorique du national-populisme. Les regles elementaires de la propagande xenophobe*, în *Mots*, 9, octobrie 1984, p.113-138.

excentrice- indeciziei, pasivității și veleitarismului politic, valori unanim recunoscute (ca hotărâre, fermitate, curaj).

5) O caracteristică o constituie recurgerea frecventă la teza complotului prin proiectarea imaginii unei puteri multiforme (*justiția, reprezentanți ai clasei politice și ai societății civile*), care încearcă prin toate mijloacele să suprimă acest tip de discurs.

6) Dar cea mai eficace strategie a acestui tip de discurs o reprezintă contestarea zgomotoasă a autenticității politice a candidaților (a identității, a biografiei, a acțiunilor lor) prin direcționarea atacului nu atât asupra a ceea ce se zice în discursul acestora, cât asupra raportării fiecăruia la discursul propriu.

Discursul politic excentric are adesea un caracter mesianic. Teme ca amenințarea cu dispariția țării, pericolul extern, speranța în solidaritate, armonie, fraternitate, apelul la rezistență și la datorie morală, sunt încadrate într-un sistem polimorf în care *luptă, refuz, cruciadă* etc. constituie adevărate obsesii lexicale.

În concluzie, se poate afirma că eficacitatea discursului demagogic de acest tip rezidă, în mare parte, în populismul și în hotărârea sa: “arta demagogului constând în a capta preocupările cotidiene ale auditoriului pentru a-și ajusta propriul discurs, ceea ce echivalează cu o încercare de a se adapta exigențelor *opinio communis*”.

Succesul acestui tip de discurs pare a depinde în mod direct proporțional de gradul înalt de incoerență și ambiguitate ce caracterizează anumite contexte politice. “Într-un context politic specific, cel al discreditării globale a politicii, excentritatea retorică se poate dovedi de succes, devenind un semn distinctiv, o marcă a clarității, a curajului și a onestității, calități rare într-un mediu a cărui reputație este de a fi cinic și calculat”⁵⁸.

Discursul politic militarist interesează și când iese din cadrul său instituțional strict și se înscrie în alte tipuri de discursuri.

Creativitatea lingvistică în domeniul terminologiei politice se manifestă și la nivelul denumirilor operațiunilor militare. În general, denumirile conțin referiri la “locul acțiunii” [ex. “Furtună în deșert” este o metaforă care redă bombardarea asiduă a țărilor, iar “Vulpea deșertului” - o aluzie probabil, de data asta, la violență (semn al inteligenței) care permite animalului respectiv să descopere “viziunile” (=adică țintele) inamicului].

Dimensiunea activă și coercitivă a discursului militarist se manifestă fie prin inserarea amenințării, fie prin evocarea modului vertical, ierarhic al relațiilor umane, fie când exprimă patosul militarismului.

Analiza discursului politic sugerează folosirea terminologiei militare specifice în redarea unor comportamente agresive în relațiile politice, sociale, economice etc. (*strategii politice, conflict politic, apărare legitimă a intereselor* etc.). Folosirea generalizată a lexicului militar în diferite discursuri (liberale, etatiste etc.) este considerată ca “o manifestare a opțiunilor autoritare și adesea ca o garanție a eficacității acestui tip de comunicare.”¹⁰⁴

Dezinformarea

Dezinformarea este definită¹⁰⁵ ca suprimare a faptelor neplăcute sau inducere deliberată a unor informații politice false sau care pot induce în eroare, în scopul de a influența opinia publică. Nu este vorba doar de informații false sau incorecte ci de faptul că acestea sunt false în mod intenționat. Nu este vorba de o strategie de propagandă fățișă, în care vorbitorul să fie

¹⁰⁴ Peries, Gabriel, *Economie et discours militariste*, p.62-75, în *Mots*, 43, Juin 1994Coulomb-Gully, Marlène, *La représentation politique au Journal télévisé. Etude des positionnement télévisuels durant la campagne présidentielle de 1989*, thèse, U. de Lille 3, 31 janvier, 1992, în *Mots*, no.32, septembre 1992.

Analiza discursului politic militarist ar trebui să identifice “... componentele ideologice care unesc militarizare, autoritate și eficacitate”

¹⁰⁵ Pond, Elizabeth, *The Christian Science Monitor*, feb., 26, 1985

identificat. Informațiile sunt “plantate” și răspândite în discursul politic de o sursă secretă sau deghizată. Principalele strategii folosite în dezinformare pornesc de la folosirea unei secvențe a realității care intră, inițial, într-un proces de falsificare și contrafacere, pentru a se ajunge, în cele din urmă, la reciclarea minciunii de cât mai multe ori.

Oratoria și discursul politic

Motto: “Nu ochii sunt oglinda sufletului, ci vocea”

Galen, filosof grec,

Unii autori ¹⁰⁶, care se situează pe o poziție clară de apărare a mijloacelelor paralingvistice în discursul politic, consideră drept o explicație posibilă pentru prestațiile oratorice lamentabile ale oamenilor politici ai zilelor noastre faptul că, în general, discursurile politice nu sunt scrise de cei ce la rostesc (ci de alte instituții de comunicare aferente acestora). Astfel, audiența nu poate aprecia clar ce este într-adevăr propriu gândirii unui politician sau ceea ce este o expresie a gândirii “staff”-ului său. Specialiștii deplâng faptul că politicienii ignoră regulile oratoriei preferând să acorde o importanță majoră doar tehnicii de comunicare (“canalului” în termenii lui McLuhan) și nu modului (artei) în se comunică: “They think only in terms of sounds bites”.

Istoricul Arthur Schlesinger consideră că declinul și, probabil, dispariția oratoriei - privită, în mod tradițional, ca o condiție *sine qua non* a discursului politic - se datorează în special faptului că politicienii de astăzi sunt mai puțin angajați ideologic (vezi distincția *stângă-dreapta*).

Din această perspectivă, marii oameni politici, cei înzestrați cu convingeri și vitalitate, se recunosc, în special, după modul în care folosesc arta persuasiunii politice ¹⁰⁷.

Se afirmă, de obicei, că efectul discursului politic asupra receptorului depinde în cea mai mare măsură de eficacitatea discursivă și nu de predominarea conceptelor și a ideologiei exprimate. Studii și teste de evaluare a parametrilor receptării unor mesaje cuprinse în discursuri politice diverse au relevat importanța pe care destinatarii o acordă expresivității. Aceasta este definită indirect prin formulări “impresioniste” care exprimă judecăți asupra “forme” (“a vorbit bine”; “ce orator”, “știe să se exprime!”) sau prin judecăți indirecte, sub forma citărilor orale, în presă, a unor secvențe discursive, a titlurilor și a subtitlurilor (intertext).

În concluzie, renunțarea, de către majoritatea actorilor politici la subtilitățile oratoriei, pare a fi o opțiune greșită deoarece studiile științifice relevă faptul că “imagea” unui politician se datorează doar în proporție de 7 % conținutului mesajului exprimat, în timp ce 93% revine forței opiniilor, limbajului trupului, expresiei feței și calității vocii .

Concluzii

Terminologia politică reprezintă o cale spre cunoașterea, învățarea și înțelegerea unui domeniu de o vastitate și complexitate a relațiilor care pot fi doar intuite.

Data fiind dezvoltarea acestei terminologii și rapiditatea cu care ea evoluează, o activitate de sistematizare, de clasificare și de descriere este extrem de important de realizat, dar și foarte dificilă (dacă nu imposibilă). Cursul de față și-a propus un obiectiv descriptiv, de identificare și de sugerare a unor tendințe. Și, deși alegerea unor termeni și sensuri a fost de tip subiectiv, cred că a reușit, măcar în parte, să schițeze unele tendințe frecvente în uz. Permeabilitatea

¹⁰⁶ Conklins, Ellis, E., “Oratory? Today’s politicians have lost the fine art”, în Los Angeles Herald Examiner, sept. 24, 1988

¹⁰⁷ Gardin, Bernard, *Discours politique et expressivité*, în *Neologie et lexicologie*, Librairie Larousse, Paris, 1979

deosebită a lexicului comun pentru elementele acestei terminologii poate constitui un argument al importanței acesteia în limba română actuală

Dintr-o perspectivă comunicațională strictă, terminologia politică nu poate fi studiată în afara (con)textului în care se formează și evoluează.

Discursul politic oferă cadrul cel mai potrivit pentru studierea terminologiei politice. Domeniul politicului - ca spațiu public- este format dintr-un continuum de acțiune și comunicare în cadrul căruia se pot manifesta tendințe spre consens, spre negociere, spre polemică sau spre blocaje. De aceea, analiza discursului politic (în domeniul științific, mediatic, la nivelul actorilor politici sau al limbii comune) apare ca singura cale de înțelegere și reconstituire a ansamblului de valori, programe, acțiuni politice.

Acest lucru este cu atât mai necesar cu cât construirea unei democrații puternice presupune trecerea de la era informațională (cu al său flux de informații unidirecțional sau monologic - “one-way flow of information”) spre era comunicațională a mileniului trei (cu al său flux de informații bidirecțional sau dialogic - “two-way flow of information”)¹⁰⁸.

O “eră comunicațională” în care definirea conceptelor și adecvarea terminologică vor reprezenta, cu siguranță, principalele modalități de realizare a unui discurs politic eficient.

¹⁰⁸ Duane, Elgin, Niehauss, Ann, “Revitalizing Democracy in the Communications Era” în *Rain*, summer 1986.